

Válogatás a BCE Közgáz Campus
tudományos diákköri munkáiból



Közgáz diáktudós
2010

Közgáz diáktudós 2010

Válogatás a BCE Közgáz Campus tudományos diákköri munkáiból

TDK könyvtár

A sorozat kötetei:

Közgáz diáktudós 2010

Közgáz diáktudós – Piac és verseny

Szerkesztette:
Wimmer Ágnes, Novák Zsuzsanna, Bartus Tamás

Közgáz diáktudós 2010

Válogatás a BCE Közgáz Campus tudományos diákköri munkáiból



Tudományos
Diákköri
Konferencia

© Szerkesztette:

Wimmer Ágnes, Novák Zsuzsanna, Bartus Tamás, 2010

© Szerzők:

Balog Dóra, Bardóczky Veronika, Békés Márton, Boda Zsófia,
Farsang Zsuzsanna, Horváth Detre, Mezei Bálint, Nádasy Bernadett,
Reizer Balázs, Sas Dóra, Seres Gyula, Vörös András, 2010

Kiadja:

a Budapesti Corvinus Egyetem Közgáz Campusa:
Gazdálkodástudományi Kar, Közgazdaságtudományi Kar,
Társadalomtudományi Kar
1093 Budapest, Fővám tér 8.
E-mail: tdkkotet@uni-corvinus.hu, tdk@uni-corvinus.hu
www.uni-corvinus.hu, tdk.uni-corvinus.hu

és az

Alinea Kiadó
1013 Budapest, Pauley u. 2.
E-mail: alinea@alinea.hu
www.alinea.hu

Borító: © Polányi Petra, 2010

A kötet a Budapesti Corvinus Egyetem TÁMOP-4.2.3-08/1/KMR-2009-0004 és TÁMOP-4.1.1/A-10/2/KMR-2010-0011 projektje támogatásával jött létre.



ISBN 978-963-503-428-4

Minden jog fenntartva.

Tartalom

Bevezetés a TDK könyvtárba	7
Sas Dóra „Nemcsak a húszéveseké a világ!” – Az 50+ generáció megjelenése a reklámokban	13
Bardóczky Veronika Az internet szerepe a régió- és településmarketingben	31
Nádasy Bernadett Termék-szolgáltatás rendszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök felmérése Magyarországon nemzetközi kitekintéssel	45
Mezei Bálint Fejlődés vagy vergődés? – A hazai generikusgyógyszer-gyártók üzleti elemzése (2005–2010) a Krka benchmark adatainak segítségével	63
Horváth Detre Az ingatlanadó megvalósítása Magyarországon, avagy adalékok egy 26 napos adó történetéhez	81
Balog Dóra Kockázat alapú tőkeallokáció – alkalmazások és módszerek	97
Békés Márton Radar a gödörben – A zengői és tubesi lokátorépítés körüli konfliktusok elemzése	115

Reizer Balázs – Seres Gyula	129
A gyermekvállalás hatása a családi jövedelemre Magyarországon	
Boda Zsófia – Vörös András	145
A középiskolai népszerűség – Egyéni és csoportjellemzők a hálózati formációban	
Békés Márton – Farsang Zsuzsanna	161
Címszavakban – A manipulatív főcímek hatása a politikai véleményalkotásra	
Díjazott dolgozatok	177

Bevezetés a TDK könyvtárba

Felfedezésre invitáljuk az olvasót. A tudományos diákköri (TDK) munkák világába szeretnénk bepillantást nyújtani: egyetemi hallgatók által írt díjnyertes tanulmányokat mutatunk be a most induló *TDK könyvtár* sorozat két kötetében, melyek a Budapesti Corvinus Egyetem (BCE) Közgáz Campusának karain készültek a közelmúltban.

Csaknem négyszáz dolgozat versenyez minden tavasszal a Gazdálkodástudományi, Közgazdaságtudományi és Társadalomtudományi Karok által évtizedek óta közösen szervezett Tudományos Diákköri Konferencián. A legjobbak több mint negyven tematikus szekcióban szakmai zsűri előtt mutathatják be munkájukat a szóbeli fordulón. A TDK e több száz hallgató mellett évente több mint ötszáz oktatót és külső szakembert is mozgósít, akik konzulensként, opponensként, zsűritagként, szervezőként vesznek részt a folyamatban. Jelentős tudományos eseményről van tehát szó, mely a szakmai párbeszéd és az együtt gondolkodás egyik kiemelt fóruma.

Izgalmas kalandot, felfedező utat kínálnak a tudományos diákköri munkák: intenzív tudásszerzési lehetőséget és hasznos tapasztalatokat az erre vállalkozó hallgatóknak. Lehetőséget adnak egy-egy új terület felfedezésére vagy egy már ismerős, érdekes téma mélyebb megismerésére: segítik és ösztönzik kérdések megfogalmazását, dilemmák felvetését, információk felkutatását és feldolgozását, értelmezését, elemzését, majd kérdések megválaszolását, tanulságok leszűrését és persze újabb kérdések felvetését. Izgalmas, érdekes olvasmányt nyújtanak e tanulmányok az érdeklődő szűkebb és

tágabb szakmai közönségnek is: lelkes szerzők tollából (billetyűzetéből) született elemző gondolatokat, felfedezéseket.

A Közgáz Campus Karain készülő tudományos diákköri munkák igen sokfélék. Nemcsak a témaköröket vagy a kutatási módszereket, de a dolgozatok jellegét tekintve is széles a paletta: az elsőéves szerzők kezdő kutatóként bemutatott értékes teljesítményei mellett a már tapasztalt „diáktudósok” kiérlelt munkáit is megtaláljuk. Számos tanulmány tudományos szempontból is valóban kiemelkedő és újszerű eredményeket mutat be. Talán ennél is fontosabb azonban maga a folyamat: a keresés, a gondolkodás, a megismerés, a megértés folyamata, s az ezzel kapcsolatos tapasztalatszerzés. Ezt a folyamatot kísérik az írással és a munkák bemutatásával kapcsolatos kihívások is: hogyan adható át mások számára is érthetően és élvezetesen a munka eredménye. Ezeket a tapasztalatokat később kutatóként, elemzőként, gyakorló szakemberként – mondjuk ki: üzleti, gazdasági, társadalmi gondolkodóként – is hasznosítják és közvetítik az egykori szerzők.

A *TDK könyvtár* sorozat első két kötetében díjnyertes dolgozatokból csemegézünk, képet mutatva a tudományos diákköri munkák sokszínűségéről, szakmai tartalmáról, eredményeiről. A könyvsorozat elindításával évek óta érlelődő terveinket sikerül megvalósítani, melyet most pályázati források segítettek: a Budapesti Corvinus Egyetem TÁMOP-4.2.3-08/1/KMR-2009-0004 és TÁMOP-4.1.1-08/2/KMR-2010 programjának kapcsolódó alprojektjei, valamint a Közgáz Campus Karai által elnyert, a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja által nyújtott támogatás, melyet ezúton is köszönünk. Köszönet illeti a tudományos diákköri tevékenységet ösztönző oktatókat, konzulenseket, a korábban TDK-zó, tapasztalataikat átadó hallgatókat, s azokat a szerzőket is, akik vállalkoztak az eredetileg nagyobb terjedelmű dolgozataik e kötetekbe illeszkedő átdolgozására.

A *Közgáz diáktudós 2010* című válogatáskötetünkben kilenc, díjnyertes TDK-dolgozatok alapján készült, a szerzők által átdolgozott, rövidített tanulmányok szerkesztett változata kapott helyet. A kötet végén a 2010. évi díjnyertes dolgozatok listáját is közzétesszük, mely képet ad a tudományos diákköri munkák sokszínűségéről.

A *TDK könyvtár* sorozat másik induló tagja a *Közgáz diáktudós – Piac és verseny* című könyvünk, mely válogatás a piacelemzés, a versenyszabályozás, a tudatos fogyasztói döntések, a viselkedési (köz)gazdaságtan és kapcsolódó témákban született dolgozatokból. E tematikus válogatáskötet a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja támogatásával jött létre – sőt mondhatjuk, hogy létrejöttét a pályázat is inspirálta, hiszen e témákban korábban is születtek szép számban tudományos diákköri munkák, ezek egy csokorba gyűjtése és közzététele azonban e projekt eredménye. A kötetben hét szerkesztett, e célra átdolgozott tudományos diákköri munkából született tanulmány mellett több mint húsz, kapcsolódó témájú dolgozat absztraktja is szerepel. A kötet jól tükrözi, hogy a piac és a verseny, s a piaci viselkedés és a versenykultúra kérdései aktívan foglalkoztatják a mai egyetemistákat.

Kellemes felfedezést kívánunk e két kötethez minden érdeklődő olvasónak. Köztük azoknak is, akik már írtak TDK-t – akár most vagy a közelmúltban, akár évtizedekkel ezelőtt –, s kíváncsiak a maiak teljesítményére, s természetesen azoknak a hallgatóknak is, akik még csak most tervezik, hogy ne kívágnak egy ilyen kalandnak. Reméljük, e kötetek is biztatást és ösztönzést adnak a leendő felfedezésekhez.

Wimmer Ágnes

Tanulmányok

A következő oldalakon a 2010. évi tudományos diákköri dolgozatok alapján készült tanulmányokat mutatunk be, melyeket a szerzők e kötethez dolgoztak át, rövidítettek le. Az eredeti dolgozatok a Budapesti Corvinus Egyetem Közgáz Campus Tudományos Diákköri Konferenciájára készültek. Elektronikus változatuk elérhető a tdk.uni-corvinus.hu oldalon, illetve a BCE Központi könyvtárának adatbázisában.

Sas Dóra

„Nemcsak a húszéveseké a világ!”

– Az 50+ generáció megjelenése a reklámokban

A tanulmány az 50+ generáció reklámokban való megjelenésének vizsgálatára irányul. A témaválasztást a szenior piac aktualitása és relevanciája indokolja, hiszen a demográfiai trendeknek köszönhetően az idősebb fogyasztók marketing szempontból egyre jelentősebb piaci szegmenst képviselnek. A statisztikák szerint 2010-ben az európai társadalom 36%-a ötven év feletti és a tendenciák szerint ez az arány növekedni fog (Eurostat, 2009), ennek ellenére a reklámköltések csupán egy töredéke irányul az ezüstgeneráció megszólítására. A szakirodalmi források szerint ez azzal is magyarázható, hogy a vállalatok félnek attól, hogy elveszítik fiatal vásárlóikat, ha reklámjaikkal az idősebbeket is megszólítják. Primer kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a vállalatoknak valóban van-e okuk tartani attól, hogy a fiatalok elfordulnak termékeiktől, ha reklámjaikban gyakrabban szerepelnének 50 év felettiiek. A vizsgálat részét képezte a fiatal generáció idősek iránti attitűdjének, illetve az ezüstgenerációs reklámok megítélésének megismerése is.

Bevezetés

Európa legtöbb országának – köztük Magyarország – társadalmi öregszik, vagyis az 50 év felettiiek a demográfiai struktúrában egyre nagyobb arányt képviselnek. 2010-ben Európa és Magyarország lakosságának kb. 36%-a 50 év feletti, az előrejelzések szerint pedig 2025-re a társadalom 40%-a 50 évnél idősebb lesz mind Európában, mind Magyarországon. (Eurostat, 2009) A szeniorpiacnak azonban ma már nemcsak számosságából adódóan érdemes figyelmet szentelni, hanem a szegmens vásárlóerejének és fogyasztási hajlandóságának növekedése miatt is. Egy 2009-es felmérés szerint az Egyesült Királyságban az 50 év feletti lakosság rendelkezik a legnagyobb vagyonnal, a teljes európai piacon pedig az 50 év feletti fogyasztók vásárolják az új autók és az arcápoló termékek felét, a tejtermékek 40%-át és az utazások 35%-át (Thompson és Thompson, 2009). Habár a magyar szenior korosztály vásárlóereje elmarad a nyugati fejlett országokhoz képest, a KSH felmérése szerint a lakosságon belül az 50–59 év közöttiek rendelkeznek a legmagasabb jövedelemmel (Törőcsik, 2002). Ennek következtében egyre inkább érdemes az ezüstgenerációra potenciális célcsoportként tekinteni.

Szakirodalmi áttekintés

A nemzetközi szeniormarketing-kutatások fejlődése

Az 1980-as évekre tehetőek az első kutatások, amelyek az 50 év felettiekre irányultak. Az 1980 előtti időszak leginkább az idős fogyasztók iránt tanúsított közömbösséggel jellemezhető, vállalati és kutatási szempontból egyaránt. (Moschis, 2003) Az idős fogyasztókkal foglalkozó szakirodalom első kiemelkedő tanulmányát Rena Bartos készítette 1980-ban „Over 49: the invisible consumer market” címmel. Ez a tanulmány az első jelentős mérföldkő a szeniormarketing témakörben, hiszen Bartos (1980) mutatott rá elsőként arra, hogy az 50+ fogyasztók marketing szempontból túl kevés figyelmet kapnak. Ezután több olyan kutatás is született, amelyek fókuszpontjában az 50+ piac szegmentálása állt (pl. Timmermann, 1982; Lazer, 1985). A másik jelentős kutatási irányvonal az 1980-as években az idősek reklámokban való ábrázolásának a vizsgálata (Ursic et al, 1986; Greco, 1989).

Észak-Amerikában és Nyugat-Európában az 1990-es évektől kezdve azonban marketing szempontból egyre növekvő figyelemben részesülnek az 50 év feletti fogyasztók. Ez elsősorban a már említett – egyre dominánsabban jelentkező – demográfiai trendekkel magyarázható, valamint a szegmens vásárlóerejének a növekedésével. Az utóbbi két évtizedben pedig már több publikáció született a szenior piac megszólításának lehetőségeiről és kihívásairól (pl. Moschis, 1997; Furlong, 2008).

Szeniormarketing Magyarországon

Hazánkban a szeniormarketinggel elsőként Törőcsik Mária foglalkozott az ezredfordulót követően. Ekkor készítette a TGI piackutató cég is az első jelentősebb, idős korosztályra irányuló kutatását, amely kimutatta, hogy már ekkor kb. 700 ezer 50 év feletti volt hazánkban, akik ún. mainstream és prémium márkát fogyasztottak, ami arra enged következtetni, hogy jelentős vásárlóerővel rendelkeznek. (Győri, 2002) 2007-től kezdve pedig Magyarországon is egyre inkább a figyelem középpontjába kerül az 50+ generáció. A marketingszakemberek azonban egyetértenek abban, hogy a magyar idős fogyasztókat nem lehet teljes mértékben úgy kezelni, mint Nyugat-Európában vagy Észak-Amerikában. Ez azzal magyarázható, hogy hazánkban a jelenleg ehhez a korosztályhoz tartozó fogyasztók adaptív életszakaszuk kis részét töltötték piaci viszonyok között, ami a fogyasztáshoz való viszonyukat erőteljesen meghatározza (Hofmeister, 2008; Császár-Tótfalvy, 2007; Lakos, 2007 alapján). Fontos még megemlíteni, hogy a marketingszakma képviselői szerint egyre inkább tanúi lehetünk az „új típusú idősök” arányának növekedésének. „Új típusú idősök” azok az 50 év feletti, akik szívesen próbálnak ki újdonságokat, és időskorban a bezárkózás helyett új életmódot alakítanak ki, amelyben a fogyasztás továbbra is hangsúlyos szerepet kap. (Lakos, 2007 alapján) A GfK Hungária 2008-as és 2009-es kutatásainak is az a közös megállapítása, hogy a mai 50 év feletti magyar lakosok nagy része kevésbé folytat aktív életvitelt, a szeniorok életszemlélete, életstílusa és fogyasztási szokásai azonban egyre inkább átalakul. (GfK Online, 2010)

A magyar marketingszakma érdeklődésének növekedését bizonyítja az is, hogy 2008 és 2009 után 2010-ben is megren-

dezésre került a Magyar Fogyasztó 50+ Konferencia, ahol a marketingszakemberek az 50+ piaci szegmensben rejlő lehetőségeket vitatták meg.

Kommunikáció az 50+ generációval

A szenior fogyasztók egyre vonzóbb piaci szegmenst képviselnek, ennek ellenére Európában a reklámköltségek csupán 10%-a irányul az 50 év felettiek megszólítására (NR Market Watch, 2009). Az alacsony reklámköltségek egyik legfőbb oka az, hogy a hirdetők nehezen találják meg a közös hangot az 50+ generációval. A szakirodalmi források szerint ez a következő okokra vezethető vissza:

- a reklámügynökségeknél többnyire fiatalok dolgoznak (Miller, 1998)
- a korosztály heterogenitása (Szmigin–Carrigan, 2001)
- még akadémiai körökben sincs egyetértés arra vonatkozóan, hogy a fiatal vagy az idősebb reklámarcok hitelesek a szenior fogyasztók számára (Bradley–Longino, 2001, Greco, 1989)
- a hirdetők félnek, hogy az idősek megszólítása egyben a fiatal fogyasztók elidegenítését, elvesztését jelentené (Carrigan és Szmigin, 1999)

Az idősek ábrázolása a külföldi és a hazai reklámokban

Az idősek alulreprezentáltak a hirdetésekben a nemzetközi és a magyar kutatások szerint is (Greco, 1989; Peterson, 1992, Jászberényi 2008). Lee és munkatársai (2007) kutatása alapján az is elmondható, hogy az 50 év felettiek leggyakrabban gyógyszer- és élelmiszer-hirdetésekből jelennek meg. Az idő-

sek ábrázolásában pedig nem ritkák a sztereotípiák, amelyek esetében külföldön egy pozitív tendencia figyelhető meg (Miller et al, 2004). Ezt bizonyítja az is, hogy a reklámok az idős korosztály tagjait leggyakrabban boldog, társasági életet élő idősként (91%) és/vagy tökéletes nagyszülőként (6%) ábrázolják. (Lee et al, 2007). Jászberényi (2008) szerint a magyar hirdetésekben azonban sokkal gyakoribb, hogy az idősek szomorú, beteg vagy a „rossz tanácsadó” szerepében jelennek meg. A reklámok egy tizedében pedig kifejezetten a vicc tárgyának számítanak. Jászberényi (2008) kutatása rávilágított arra, hogy az esetek 22%-ában kedvezőtlenül ábrázolták az ezüst-generációt. Ezzel szemben semleges szerepben, tehát háttérstatisztaként a vizsgált reklámok 24,2%-ában szerepeltek az 50+ generáció tagjai, míg a kifejezetten pozitív ábrázolás (segítő, értelmes tanácsadó) az összes szereplés csupán 19,3%-át tette ki.

Primer kutatás

A kutatás célkitűzései

A primer kutatás fő kérdése a korábban bemutatott, marketingmenedzserek által megjelölt egyik probléma, vagyis az, hogy a vállalatoknak valóban van-e okuk tartani attól, hogy a fiatal vásárlóikat elveszítik, ha reklámjaikban gyakrabban szerepelnek 50 év felettiak. A kutatás relevanciáját szakirodalmi források indokolják, amelyek többsége további kutatási irányként jelöli meg a kutatás alapjául szolgáló dilemmát, ennek ellenére a kérdést vizsgáló átfogó tanulmány még nem született hazánkban és külföldön sem. A kutatási kérdés meg-

felelő megválaszolása érdekében a kutatás kiterjedt a fiatal korosztály idősek iránt tanúsított attitűdjének, ill. az ezüstgenerációs reklámok megítélésének vizsgálatára is.

A kutatás módszertana és a minta jellemzői

A kutatási kérdést kvalitatív és kvantitatív módszerrel is vizsgáltam. A feltáró kutatás elsődleges funkciója a kutatási probléma mélyebb megértése volt. A kutatás során a fókuszcsoportos interjú módszerét alkalmaztam, ami lehetőséget adott a különböző nézőpontok előhívására, ill. az egyes kérdések több szempontú vizsgálatára. Az online megkérdezés során használt kérdőív alapvetően a feldolgozott szakirodalmi forrásokon alapult, a feltáró kutatás eredményei és tapasztalatai alapján azonban a kérdőív további kérdésekkel egészült ki, növelve a kvantitatív kérdezés sikerességét. A kvalitatív kutatás során 2 db 4-4 fős fókuszcsoportos interjúra került sor. A résztvevők átlagéletkora 21 év volt, és 5 nő és 3 férfi vett részt az interjúkon. A feltáró kutatás lebonyolítására 2010. március 1–3. között került sor.

A kvantitatív kutatás esetében a megkérdezéses módszert választottam, az alkalmazott kérdőív online került lekérdezésre. A kvantitatív módszer lehetővé tette az eredmények számszerűsítését és következtetések, tanulságok levonását is. A minta elemszáma: 120 fő, átlagéletkor: 20 év. A kérdőíves megkérdezés 2010. március 8–12. között történt.

A kvalitatív kutatás főbb eredményei

A fókuszcsoportos interjúk során az első kérdéskör azt hivatott feltárni, hogy a megkérdezettek hogyan vélekednek a mai 50+ generációról, milyen sztereotípiákat társítanak hoz-

zájuk. A résztvevők közül többen negatív jelzőket kapcsoltak a korosztályhoz, véleményük szerint az idősek pletykások és sokat panaszkodnak. A nagyszülőket is többen megemlítették, amelyhez azonban pozitív gondolatok, asszociációk társultak az interjúk során, pl.: „istenien főznek”, „bölcsek”. A nagyszülői szerephez többen kötötték a nosztalgizást és a régi értékek követését is.

Ami az ezüstgenerációs reklámokat illeti, a válaszadók többsége nem utasította el azokat a reklámokat, amelyekben idősek is szerepelnek, az azonban, hogy milyen szerepben hiteles egy ötven év feletti, a többség véleményét megosztotta. Összességében a nagyszülőként való ábrázolás bizonyult a legszimpatikusabbnak a megkérdezettek számára.

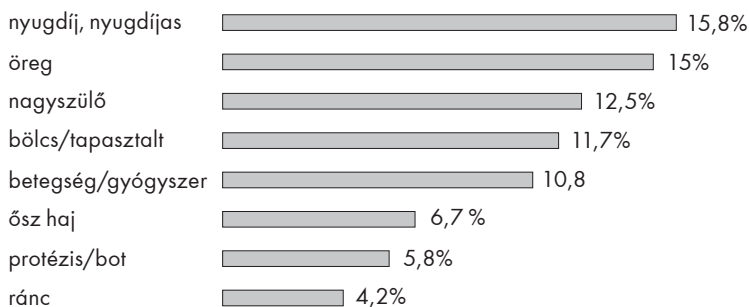
A kvalitatív kutatás abba is betekintést nyújtott, hogy a résztvevők hogyan vélekednek saját időskorukról. Összességében elmondható, hogy a megkérdezettek egyáltalán nem borúlátók az időskorukkal kapcsolatban. Az interjúalanyok döntő többsége intenzív fogyasztást képzel el az ötödik x betöltése után is. *„Nem fogom kuporgatni a pénzem a koporsóm-ra”*. Emellett pedig a válaszadók nagyobb hányada szeretne kilépni a berögzült szerepekből és sztereotípiákból. *„Idős korom biztosan nem az önsajnálatról és az unokákra való vigyázásról szól, mint a mai öregeknek.”* Szinte mindegyik megkérdezett tervei között szerepel az utazás és az aktív társasági élet is.

A kvantitatív kutatás főbb eredményei

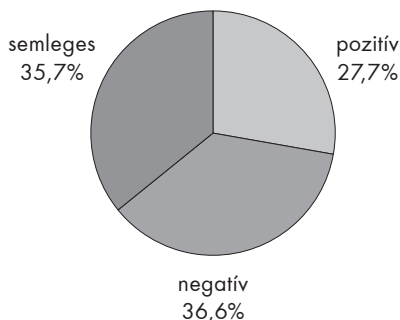
Az idősök iránti attitűd

A kérdőív első kérdéscsoportja a fiatalok és idősök közötti viszonyra vonatkozott, vagyis hogy a megkérdezettek mit gondolnak a korosztály tagjairól, milyen értékeket kapcsolnak az idősökhöz. Az „idős” szóhoz kapcsolódó szabad asszociációkat nyitott kérdés formájában mértem fel. A leggyakoribb képzetársítások az 1. ábrán láthatók. A semleges és negatív képzetársítások dominanciája ellenére (lásd 2. ábra) a válaszadók 90,8%-a egyetért azzal az állítással, miszerint az idősök nagy élettapasztalattal bírnak és sokat lehet tanulni tőlük, 88%-uk pedig azt vallja, hogy az időskornak megvan a maga szépsége. Emellett pedig a megkérdezettek közel háromnegyede gondolja úgy, hogy a családi idill csak a nagyszülőkkel teljes. Az eredmények alapján elmondható, hogy a fiatalok nem rendelkeznek negatív attitűddel az idős korosztály iránt, a többség a tudást és a tapasztaltságot egyértelműen az idősökhöz köti.

1. ábra. A megkérdezettek leggyakoribb szabad asszociációi az „idős” szóval kapcsolatban



2. ábra. A megkérdezett fiataloknak az idős korosztállyal kapcsolatos asszociációinak a csoportosítása



Az ezüstgenerációs reklámok megítélése

Az ezüstgenerációs reklámokkal kapcsolatban elmondhatjuk, hogy a megkérdezettek többségének legalább részben szimpatikusak az 50 év feletti reklámarcok, ill. azok a hirdetések, amelyekben idősek szerepelnek (3. és 4. ábra). Az ábrák jól szemléltetik, hogy a *válaszadók döntő többsége alapvetően nem utasítja el azokat a hirdetéseket, amelyekben idősek szerepelnek.* Megjegyzendő, hogy a kérdőívet kitöltők egy jelentős hányada nem adott egyértelmű választ a kérdésre. Fontos még megemlíteni, hogy a válaszadók 96%-a szerint az 50+ generáció a nagyszülői szerepben a leghitelesebb.

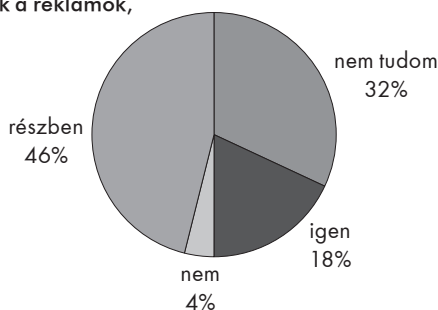
Az idősek által népszerűsített termékek iránti attitűd

A kutatás legfontosabb kérdései közé tartozott, hogy az 50+ generáció megszólítása valóban a fiatal fogyasztók elidegenedését jelentené az adott terméktől. Az 5. ábra jól szemlélteti, hogy a megkérdezettek döntő többségének vásárlási döntéseit nem befolyásolja az 50 év feletti jelenléte a reklámokban.

A kérdőívet kitöltők kétharmadát nem zavarja az sem, ha olyan reklámokban is szerepelnek idősebbek, amelyek nem kifejezetten az 50+ korosztálynak szólnak (6. ábra), bár a kor-specifikus termékek reklámjaiban a többség (43%) szerint hi-telesebbek.

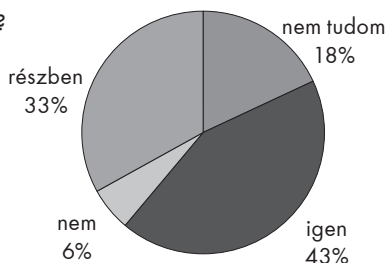
3. ábra. A válaszadó fiatalok ezüstgenerációs reklámok iránti attitűdje

Szimpatikusak számodra azok a reklámok, amelyekben 50 év felettiak szerepelnek?



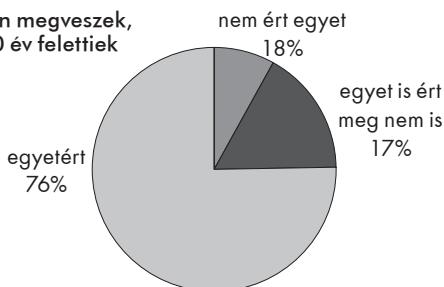
4. ábra. Az ezüstgenerációs reklámokban szereplő idők megítélése a megkérdezettek által

Szimpatikusak számodra a reklámokban látható idők?



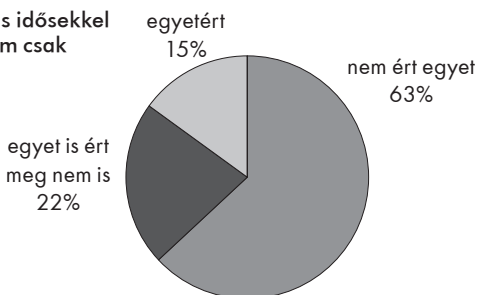
5. ábra. A megkérdezett fiatalok vásárlási hajlandósága az időssek által hirdetett termékek esetében

Egy terméket akkor is szívesen megveszek, ha a termék hirdetéseiben 50 év feletti is szerepelnek



6. ábra. A megkérdezett fiatalok attitűdje az idős reklámkarakterek iránt

Zavar, ha olyan terméket is idősekkel reklámoznak, amelyek nem csak nekik szólnak



Emellett a kutatásban résztvevők döntő hányada (66%) szerint az 50 év feletti csak olyan márkák reklámjaiban hitelesek, amelyek márkaszemélyiségei hasonló értékrendet tükröznek, mint amit a fiatalok az időseknek tulajdonítanak. A kutatás alapján a következő értékek kapcsolhatók az ezüstgenerációhoz: tapasztalat, bölcsesség, tudás, családszeretet, nyugalom és tradíció.

Összegzés

A primer kutatás eredményei betekintést nyújtottak abba, hogy a fiatalok miként viszonyulnak az idősökhöz, és hogyan ítélik meg az ezüstgenerációs reklámokat. A negatív és a semleges képzettársítások dominanciája ellenére az attitűdvizsgálat rácsófolta arra a feltételezésre, hogy a fiatalok negatív attitűddel rendelkeznek az 50+ generáció iránt. A megkérdezettek jelentős hányada a tapasztalatot, a bölcsességet és a tudást köti a korosztályhoz, a válaszadók többsége pedig legalább részben szimpatikusnak találja azokat a reklámokat, amelyekben 50 év felettiek szerepelnek. Az eredmények alapján az is elmondható, hogy a válaszadók többségének vásárlási szándékát nem befolyásolja az idősök jelenléte a reklámokban. A megkérdezettek nagyobb hányadát az sem zavarja, ha olyan reklámokban is megjelennek idősebbek, amelyek nem kifejezetten az 50+ korosztálynak szólnak. A kutatás szerint azonban a szeniorok a következő esetekben a leghitelesebbek:

- (1) ha korszpecifikus terméket népszerűsítene,
- (2) ha nagyszülői szerepben jelennek meg,
- (3) ha a hirdetett márka a generációra jellemző tulajdonságokkal van felruházva.

A kutatás alapján elmondható, hogy olyan márkák esetében érdemes idősebb reklámarcokat alkalmazni, amelyek a már említett értékeket, vagyis a tudást, a tapasztalatot és a bölcsességet szeretnék magukról sugallni. Emellett pedig egészséges, társaságkedvelő idősként is célszerű ábrázolni az 50 év felettieket, mivel a megkérdezettek döntő többsége így képzelel el saját időskorát, ezért ez a típusú ábrázolás valószínűleg pozitív benyomást keltene a fiatalokban.

A kutatás érdekes eredményekkel szolgált, amelyek csupán jelzésértékűek a kutatás korlátaiból adódóan, ami a nem reprezentatív, kis elemszámú minta. Ennek következtében az eredményeket és a következtetéseket nem lehet általánosítani, érdemes azonban a kérdést újra vizsgálni egy reprezentatív mintával. További kutatási irányvonal lehet az idős generáció elvárásainak, igényeinek felmérése, hiszen hazánkban kevés tanulmány irányul az 50+ generációra, a korosztály megszólításához azonban elengedhetetlenek a piacot vizsgáló kutatások.

Köszönetnyilvánítás

Ezúton szeretnék köszönetet mondani konzulenseimnek, dr. Hofmeister-Tóth Ágnes tanárnőnek és Jenes Barbarának, hogy hasznos észrevételeikkel és értékes tanácsaikkal segítettek TDK-dolgozatom megírását és a konferenciára való felkészülést.

A tanulmány terjedelmi okok miatt az alapjául szolgáló tudományos diákköri dolgozatban széleskörűen feldolgozott szakirodalomból csak a kutatáshoz szorosan kapcsolódó elméleti háttér bemutatását tartalmazza, valamint a kvalitatív és a kvantitatív kutatás esetében is csak a legfontosabb eredményeket ismerteti.

Felhasznált források

Bartos, R. (1980): Over 49: The invisible consumer market, *Harvard Business Review*, Vol. 58 No. 1, 140–148.

Bradley, D. E. – Longino, C. F., Jr. (2001): How Older People Think About Images of Aging in Advertising and the Media, *Generations* Vol. 25 No. 3, 17–21.

Carrigan, M. – Szmigin, I. (1999): The portrayal of older characters in magazine advertising, *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, Vol. 5 No. 6/7, 248–261.

Furlong, M. (2008): Silver into gold: How to profit in the New Boomer marketplace, FT Press, Upper Saddle River, New Jersey.

Greco, A. J. (1989): Representation of the elderly in advertising: crisis or inconsequence? *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 6 No. 1, 37–44.

Hofmeister-Tóth Ágnes (2008): Generációs különbségek a fogyasztáshoz való viszonyban: A fogyasztóvá válás folyamata Magyarországon. In: Bartók István et al (2008): *Gazdálkodástudományi Kar*, 199–215.

Jászberényi József (2008): Az „öregek” nem is léteznek?: Az időskorúak ábrázolása a magyarországi televíziós reklámokban, *Médiakutató*, Vol. 9 No. 3, 35–41.

Lazer, W. (1985): Inside the mature market, *American Demographics*, Vol. 7, March, 23–25.

Lee, M. M. – Carpenter, B. – Meyers, L. S (2007): Representations of older adults in television advertisements, *Journal of Aging Studies*, Vol. 21 No. 1, 23–30.

Miller, R. (1998): When did you last wear the jeans?, *Goodtimes*, December/January, 28–31.

Miller, D. – Leyell, T. S. – Mazachek, J. (2004): Stereotypes of the elderly in US television commercials from the 1950's to the 1990's, *International Journal of Aging and Human Development*, Vol. 58 No. 4, 315–340.

Moschis, G. P. (1997): Targeting the mature market: opportunities and challenges, *The Journal of Consumer Marketing*, Vol. 10 No. 3, 43–54.

Moschis, G. P. (2003): Marketing to older adults: an updated overview of present knowledge and practice, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20 No. 6, 516–525.

Peterson, R. T. (1992): The depiction of senior citizens in magazine advertisement: a content analysis, *Journal of Business Ethics*, Vol. 11 No. 9, 701–706.

Szmigin, I. – Carrigan, M. (2001): Learning to love older consumer, *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 1 No. 1, 22–34.

Thompson, J. N. – Thompson, E. K. (2009): Can marketing practice keep up with Europe's ageing population?, *European Journal of Marketing*, Vol. 43 No. 11/12, 1281–1288.

Timmerman, S. (1981–82): The older consumer in the 1980s: Implications for the private sector, *The Journal of the Institute for Socioeconomic Studies*, Vol. 6 Winter (1981–82), 61–75.

Törőcsik Mária (2002): Elfelejtett célcsoportok: Törőcsik Mária a szeniormarketingről, *Kreatív*, Vol. 11 No. 9, 36–38.

Ursic, A. C. – Ursic, M. L. – Ursic, V. L. (1986): A longitudinal study of the use of the elderly in magazine advertising, *Journal of Consumer Research*, Vol. 13 No. 1, 131–133.

Internetes források

Császár László – Tófalvy Tamás (2007): Marketing időseknek – Távolban az ezüstrókák, *Kreatív Online*, <http://www.kreativ.hu/cikk.php?id=19936> (letöltés ideje: 2010. 03. 01.).

Eurostat Online: Europe in figures – Eurostat yearbook 2009 , http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/publications/eurostat_yearbook (letöltés ideje: 2010. 03. 21.).

Gfk Hungária (2008): Bezárkózó ezüstgeneráció, Kreatív Online, <http://www.kreativ.hu/cikk.php?id=20227> (letöltés ideje: 2010. 03. 10.).

Gfk Hungária (2009): „Porsche, szerelem, száguldás” – Az élet 50 felett, http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk_hungaria/pdf/press_extra_h/press_extra_20090408_h.pdf (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Győri Adél (2002): Elevenen eltemetve: TGI-elemzés az idősekről, Kreatív Online, <http://www.kreativ.hu/cikk.php?id=7360> (letöltés ideje: 2010. 02. 05.).

Lakos Nóra (2007): Távolban az ezüstrókák – Az időződő társadalom a marketingstratégiák átalakítására ösztönöz, Kreatív Online, <http://www.kreativ.hu/cikk.php?id=20201> (letöltés ideje: 2010. 02. 20.).

NR Market Watch (2009): Advertising data in 2009, <http://nrmarket-watch.com/page/2/?s=senior> (letöltés ideje: 2010. 03. 10.).

A tanulmány a szerző „Nemcsak a húszéveseké a világ!” – Kommunikáció az 50+ generációval című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulensek: Hofmeister-Tóth Ágnes és Jenes Barbara

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Marketingkutatás és fogyasztói magatartás szekcióban I. helyezést ért el.

Bardóczy Veronika

Az internet szerepe a régió- és településmarketingben

A régió- és településmarketingben az internet egyre nagyobb szerepet kap az utóbbi években. Az internet felhasználóinak száma nő, és a jövőre tekintve további növekedés várható, ezért minden piacon az online marketing szélesebb körű használatára lehet számítani. Az online marketingeszközök webes és e-mailes eszközökre oszthatók, amelyek a régió- és településmarketingben is jól használhatók.

Tudományos diákköri dolgozatomban elsősorban a megyeszékhelyi honlapokat vizsgáltam meg, amelyhez a honlapok szerkesztőit kérdeztem látogatottsági adatokról. A statisztikák azt mutatják, hogy nem a település méretétől függ a honlap látogatóinak száma. A régió- és településmarketingben a piac három szegmensre bontható: a helyi lakosok, a vállalkozások és a turisták. Ennek megfelelően kell a honlapokat felépíteni, hogy magas látogatószámot és sok oldalletöltést érjenek el a települési honlapok.

Bevezetés

Magyarországon az emberek egyharmada használja az internetet, míg a fiatalok körében nagyobb ez az arány. A régió- és településmarketingben az online marketing a tájékoztatás legegyszerűbb eszköze, ezért egyfajta médiumnak is nevezhető. Tudományos diákköri dolgozatomban az online marketing sajátosságait, a hazai települési honlapok körében végzett vizsgálatomat és a piacszegmentálást mutattam be. Bírálóim javaslatára a TDK-konferencia szóbeli fordulójában egy rövid nemzetközi kitekintést tettem.

Az online marketing nem egyszerűen a hagyományos, azaz offline marketingeszközök online alkalmazását jelenti, hanem egy minőségileg új tevékenységet takar. Fojtik János (1999) szerint csak azóta létezik valójában nemzetközi marketing, amióta létezik az internet. Amíg nem létezett a világháló, addig csak beszéltek a világpiacról, de a világpiac igazából nem volt. Az internetes marketing viszont a kezdetektől fogva nemzetközi marketing. (Fojtik, 1999)

A hagyományos marketingeszközökkel szemben az online marketing számos további előnye is megfogalmazható. A teljes tartalmat nem szükséges lineárisan végigolvasni, így könnyebb és gyorsabb információkhoz jutni. A McCarthy-féle marketingmix kibővítésére van szükség az interaktív környezetben. Az eladók 4P-jével szemben Robert Lauterborn megfogalmazta a vevők 4C-jét: Customer value (vásárlói érték), Cost (vásárló költség), Convenience (kényelem), Communication (kommunikáció) (Eszes-Bányai, 2002). Az internet segítségével lehetőség van a tömeges személyre szabásra, a kényelem megvalósul és a kommunikáció felgyorsul. Az interakció az ügyfélkapcsolat és a visszajelzés lehetőségét takarja, amely az online marketing sajátossága.

Az online marketing hátrányait nehezebb megnevezni, mivel kevés létezik. Azzal azonban számolni kell, hogy az olvasó bármikor kockázat és kötelezettség nélkül kiléphet a honlapról. A látogató egy rossz élmény miatt akár sohasem tér vissza az oldalra, ha a technika vagy a tartalom negatív képet alakít ki benne. Hátránynak nevezhető még az is, hogy nem érvényesül a plakátszerűség. A rendszeres ismétlés nem elég, hanem rá kell venni az ügyfelet, hogy azonnal vegye fel velünk a kapcsolatot.

Az online marketingben használható jelentősebb eszközöket e-mail-es és webes eszközökre lehet felosztani. E-mail-en keresztül el lehet érni a fogyasztókat például direkt e-mail, reklámfelület vagy PR-hírlevelek segítségével. Ezek azzal a veszéllyel járnak, hogy a spamszűrők kiszűrik vagy a címzettek nem olvassák el. A webes eszközök közül a bannerek, szponzorált linkek és PR-cikkek értékesíthetők. Ma a hazai regionális és települési honlapok közül még csak a fejlettebbek használják ki ezeket a reklámlehetőségeket. Webes eszközök közé soroltam a keresőoptimalizálást, a gyűjtőoldalakon való megjelenést, illetve a Wikipédiák aktualizálását. Jelentős szerepet tulajdonítok a webes eszközökön belül a Social Media Marketingnek, mivel ez folyamatos fejlődést mutat. Néhány ágazatban már jól használják, a régió- és településmarketingben azonban még kevésbé van jelen, pedig nagy lehetőség rejlik, különösen a Facebook oldal létrehozásában.

A Facebook növekedése rendkívül dinamikus nemzetközi szinten és hazánkban is. Dolgozatomban írásakor még csak 400 millió felhasználója volt világszerte, fél év alatt azonban 540 millióra nőtt. Hazánkban az akkor alig 1 milliós kör mára 1,8 millió aktív magyar regisztrálóra nőtt. A Facebook továbbra is a 18–35 év közötti nők körében a legelterjedtebb. (Facebook-felhasználók száma, 2010) Weber szerint az internet feladata

már nem az egyirányú kommunikátor szerep, hanem aggregátorként kell működnie: tartalmakat és közösségeket összegyűjteni, a közösségi hálóban a vevőket összefogni, mérni a közösség összefogását és a közösség tagjainak előnyt nyújtani (Weber, 2008).

Online településmarketing az elmúlt évtizedben

Dolgozatomhoz hazai regionális és települési honlapokat vizsgáltam meg a technológiai felépítés és a tartalmi elemek szempontjából. Ezek közül a megyeszékhelyek vizsgálatát emelem ki, ami azért nagyon érdekes, mert olvastam két korábbi tanulmányt a témában: 1999-ből Fojtik Jánostól és 2004-ből Orosz Dánieltől.

1999-ben Tatabányának nem volt még honlapja, a többi megyeszékhely közül pedig voltak még olyanok, melyeknek nem saját domain alatt volt oldaluk. Ekkor még nem voltak interaktívak az oldalak, nem lehetett visszajelezni a készítők felé. Fojtik úgy látta, hogy a honlapok mögött nem volt valódi marketingkoncepció, hanem „csak úgy” létezett a honlap az interneten. A városok többsége pedig nem látott még külön szegumentumokat, hanem egy nagy csoportba sorolt minden érdeklődőt. Angolul vagy más nyelven alig volt ekkor még elérhető tartalom. Fojtik nagyon fontosnak látta már ekkor, hogy a főoldal határozza meg az első impressziót, így ennek célirányosnak kell lennie (Fojtik, 1999).

Orosz Dániel úgy látta, hogy 2004-re a honlapok sokkal interaktívabbak lettek. Egy részükön a főoldal egy intróval kezdődött, sok oldalon volt már webkamera és különféle videók.

Minden város fontosnak tartotta a városcímer megjelenítését minden oldalon, valamint sokan egy-egy szlogent is kitaláltak, ami szintén a város imázsát javítja. Az intro után többségében a főoldalon egy polgármesteri köszöntő volt olvasható, amit Orosz azért tart fontosnak, mert a polgármesterek is mintegy termékként jelennek meg, hiszen négyévente „el kell adniuk” magukat a város lakóinak. Valamint azt is megfigyelte, hogy a honlapok nagyobb része elkezdett idegen nyelvű tartalommal is szolgálni (Orosz, 2005).

A saját vizsgálat módszere és eredményei

Megkerestem a megyeszékhelyi honlapok szerkesztőit a Google és a www.terport.hu segítségével, hogy adatokat gyűjtsenek a látogatók, az egyedi látogatók és az oldalletöltések napi darabszámáról. Az 1. táblázatban összegeztem a megszerzett adatokat. Egerből, Miskolcra és Veszprémből nem érkezett adat. Eger, Nyíregyháza, Salgótarján, Szolnok, Szombathely és Tatabánya még nem rendelkezik idegen nyelvű elérhetőséggel.

A táblázat „Látogatók” nevű oszlopa mutatja a napi átlagos látogatószámot, mely 315 és 5285 között változik, átlagosan 1923 látogatás. Székesfehérvárnál látható a kiugróan magas érték. Az „Oldalletöltések” oszlop és a „Látogatók” oszlop adataiból számoltam az „Oldal/látogatás” oszlopot. Ez azt mutatja, hogy átlagosan 5,7 oldalt tekintenek meg egy látogatás alkalmával, de a kiugró értékek elhagyásával ez 3,6 oldal/látogatás marad. Ezért a megyeszékhelyek weblapjait úgy kell felépíteni, hogy a főmenü segítségével a látogatók minél gyorsabban el tudjanak jutni a kívánt oldalra.

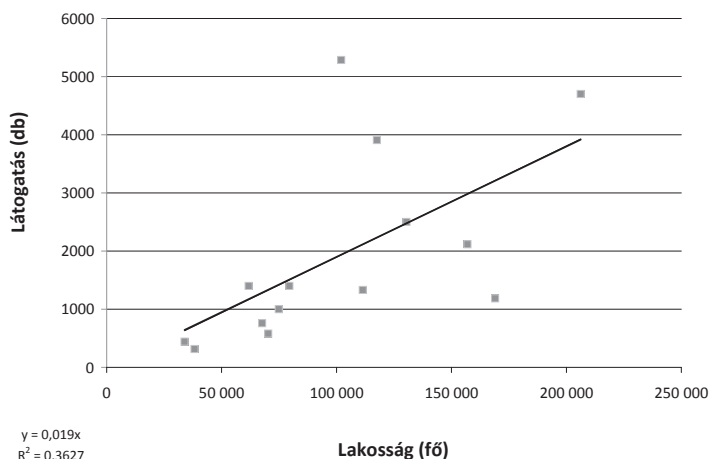
1. táblázat. A megyeszékhelyek lakossága és honlapjainak látogatottsági adatai (2009)

	Látogatók (db)	Egyedi látogatók (db)	Oldalletöltések (db)	Oldal/látogatás (db)	Lakosság (fő)	Látogatás/lakos/év (db)
Békéscsaba	n. a.	n. a.	1 738	n. a.	64 784	n. a.
Debrecen	4 702	2 220	15 171	3,2	206 225	8,3
Eger (-) (n. a.)	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	56 429	n. a.
Győr	2 500	n. a.	8 750	3,5	130 476	7,0
Kaposvár	758	n. a.	7 091	9,4	67 663	4,1
Kecskemét	1 330	n. a.	4 519	3,4	111 428	4,4
Miskolc (n. a.)	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	170 234	n. a.
Nyíregyháza (-)	3 909	n. a.	20 400	5,2	117 597	12,1
Pécs	2 115	1 528	6 703	3,2	156 974	4,9
Salgótarján (-)	315	218	975	3,1	38 207	3,0
Szeged	1 185	n. a.	3 629	3,1	169 030	2,6
Székeszárd	442	n. a.	1 839	4,2	33 883	4,8
Székesfehérvár	5 285	2 249	13 847	2,6	102 035	18,9
Szolnok (-)	1 000	780	4 500	4,5	74 885	4,9
Szombathely (-)	1 400	n. a.	n. a.	n. a.	79 513	6,4
Tatabánya (-)	580	370	13 245	22,8	70 333	3,0
Veszprém (n. a.)	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	63 405	n. a.
Zalaegerszeg	1 400	n. a.	n. a.	n. a.	61 774	8,3
Összesen	26 921				1 774 875	
Átlag	1 923	1 228	7 877	5,7	98 604	6,6

Forrás: saját szerkesztés, a 2009. évi átlagos napi adatok felhasználásával

A „Lakosság” oszlop adatai segítségével összehasonlítottam a megyeszékhelyeket. Megnéztem, hogy egy megyeszékhelyi lakosra egy évben hány látogatás jut a honlapon. Az átlag 6,6 látogatás. A legmagasabb értékkel Székesfehérvár bír, ami valószínűleg annak tudható be, hogy az ő honlapjuk a legjobban naprakész a friss hírek és rendezvények segítségével. A legalacsonyabb érték Szegeden található, amire a magyarázat az lehet, hogy a honlap korábban nem a www.szeged.hu domain címen volt elérhető.

1. ábra. A megyeszékhelyek lakossága és honlapjaik napi látogatottsága közötti összefüggés (2010)



Forrás: saját szerkesztés

Az 1. ábra a lakosság és a napi látogatók száma közötti korrelációt és regressziót mutatja. Az adatpárookra lineáris trendvonalat illesztettem. A determinációs együttható 0,3627. Ez azt mutatja meg, hogy a látogatás varianciáját csupán a közepes-

nél gyengébb mértékben magyarázza a lakosság varianciája. A regressziós együttható csupán 0,019 (tehát X egy egységnyi változása ennyi változást eredményez Y-ban). A regressziós egyenestől pozitív irányban legtávolabb Székesfehérvár áll, negatív irányban pedig legtávolabb Szeged honlapja helyezkedik el a korábban említett okok miatt.

A megyeszékhelyekről végzett vizsgálatról elmondható, hogy a népességük alig befolyásolja a honlapok napi látogatottságát. Ennél bonyolultabb összefüggéseket kell keresni, amit a honlap tartalma és formája határoznak meg, valamint hogy a honlap megtekintésére milyen külső hatás ösztönöz. Így akár egy kisebb település is tud olyan honlapot létrehozni, amelynek magas a látogatottsága, ha tud elegendő tartalmat biztosítani. A térségi honlapok mindenképpen közelebb hozzák a potenciális vevőket az adott térséghez, növelik a térség imázsát és a potenciális vevők lojalitását. A versenyben fel kell mérni a versenytársakat, meg kell határozni, hogy milyen tényezők alapján akarják a települést pozicionálni, és esetleg a versenytársak „veszélyességi sorrendjét” is meg kell határozni úgy, hogy a teljesítménykülönbségeket pontozással számszerűsítik (Piskóti, 2002).

A Települési Önkormányzatok Országos Szövetsége a TÁRKI Társadalomkutató Zrt.-vel együtt az „Informatika az önkormányzatokért” címmel osztja ki az e-GO díjat a legjobb honlapoknak. A regionális elhelyezkedés kevésbé, a település nagysága viszont erősen befolyásolja a sorrendet, ezért osztályozzák a településeket. A látogatottságot azonban eg általán nem veszik figyelembe. Általában előkelőbb helyezést érnek el azok a települések, ahol kevés az idős lakos, alacsony az elvándorlás vagy fejlődő a település. A kistérségi központok, az agglomerációk települései és az üdülőtérületek jobb helyezést érnek el (e-GO honlap, 2010).

Piacszegmentálás

Az offline marketingben a marketingakciók gazdaságosabb és hatékonyabb végrehajtása érdekében a piacot mindig érdemes szegmentálni. Majd az adott célcsoportokra irányuló eszközöket kell alkalmazni, amit differenciált marketingnek nevezünk (Bauer–Berács–Kenesei, 2007). A szegmentálást a megyeszékhelyek honlapjainak többsége már jól alkalmazza, a főoldalon lehet kiválasztani a megfelelő szegmenst. A régió- és településmarketingben három fő csoportot érdemes elkülöníteni. Ezek a helyi lakosok, a vállalkozók és befektetők, valamint a turisták.

A megyeszékhelyi honlapokon megkérdezésem alapján kivétel nélkül az e-ügyintéztést használták a legtöbben. Ahol volt folyamatosan frissített hírek rovat, ott ezt is sokan látogatták. Nagyon fontos, hogy a helyi tudnivalókat a lakosok számára összesítve tartalmazza a honlap, mint például a közintézmények nyitva tartását. A helyi szolgáltatókat csoportosítva be kell röviden mutatni elérhetőséggel együtt, például az oktatási, egészségügyi, kulturális intézményeket, a műveket, sportlétesítményeket. Amelyik honlapon van térkép és utcakereső, ott ezeket sokan látogatják. Ezeken kívül még fontosnak tartom, hogy a rendezvényeket eseménynaptárban megjelenítsék, valamint egy piactér oldalt létrehozzanak, ahol állás-, ingatlan- vagy egyéb hirdetések adhatók fel. A helyi lakosok számára érdemes regisztrációs lehetőséget felkínálni, amivel saját menürendszert állíthatnak össze, hozzászólhatnak a fórumban vagy hírlevélre iratkozhatnak fel.

A második célcsoport a helyi vállalkozók és a potenciális befektetők. Számukra szintén fontos az e-ügyintézés, de a gazdasági hírek rovat is. Érdemes a helyi tudnivalókat összegezni, például az adókat, pályázati lehetőségeket, helyi

előírásokat, vagy ha vannak települési fejlesztési dokumentumok, gazdasági adatok, például munkanélküliségről, ipari parkról, illetve a helyi cégekről, jegyzéket kell készíteni elérhetőséggel, tevékenységi körrel.

A harmadik célcsoport a turisták. Lehetőség van külön turisztikai alportált létrehozni a turizmus.település.hu címen, ami a keresőoptimalizálást segíti. A turistákat érdeklik a helyi látványosságok, a történelmi írások, régi és új fényképek, a kulturális intézmények és a helyi közlekedés is. Ezek inkább ismertető jellegűek, viszont a vendéglátás oldalát érdemes úgy kialakítani, hogy azonnal szállást is lehessen foglalni. Amely megyeszékhelyi oldalakon van webkamera, ott az e-ügyintézés és a hírek oldalak után ez a következő leglátogatottabb. Az idegen nyelvű elérhetőség a turizmus szempontjából lényeges, legalább angol nyelvre szükség van.

Nemzetközi kitekintés

A Tudományos Diákköri Konferencia szóbeli fordulóra egy rövid nemzetközi kitekintést tettem, amelyből két német honlapot emelek ki. Elsőként München honlapját (<http://www.muenchen.de/>), amely 8 nyelven érhető el, évente 24 millió látogatója van, akik 144 millió oldalt töltenek le, azaz átlagosan 6 oldalt látogatásonként. Leglátogatottabbak a közigazgatási szolgáltatások oldalai, a programajánlók, a turisztainformációk és a szaknévsorok. A közeljövőben az úgynevezett User Generated Content típusú oldalakat kívánják fejleszteni a honlapon, azaz a felhasználók által készített blogokat, élménybeszámolókat, képmegosztókat, valamint a mobilkészülékekre terveznek alkalmazásokat készíteni.

Berlin, a német főváros egy honlapcsaládot üzemeltet, amelynek összesen évi 10,03 millió látogatója van, akik 56,31 millió oldalt töltenek le, azaz átlagosan 5,6 oldalt látogatásonként. A portálcsalád legnagyobbja a Berlin.de, amelynek a kultúra, a politika, valamint a turizmus a témája. A második a BerlinOnline.de, mely kifejezetten a fővárosiaknak szóló életmódoldal. Ez napi látogatásra ösztönöz, segíti a városiak lojalitását. A harmadik oldal pedig a B2B Deutschland (<http://www.b2b-deutschland.de/>), kifejezetten gazdasági portál. A berliniek szerint felhasználóbarát oldalaikkal nagyon erős ez a hármas regionális kombináció, a hirdetőik számára vonzó, hogy a célcsoportokra tudnak koncentrálni, így nagyobb hatásfokot érnek el a reklámmal. Budapestnek is a berlini portálcsaládhoz hasonlótnak kellene létrehoznia a jelenlegi szétdarabolódott honlapok helyett.

A német városok külön céggként üzemeltetik a honlapjaikat, melyek bevételeit a hirdetések adják. Ezek a bevételek teljes egészében lefedik a honlap ráfordításait. Az oldalakon médiaajánlatban részletesen bemutatják a hirdetési lehetőségeket. A német honlapok főoldalain a három szegmenst általában további témakörökre bontják, hogy a navigáció még egyszerűbb legyen.

Összefoglalás

Az internet szerepe a régió- és településmarketingben egyre nagyobb hangsúlyt kap, így a kisebb településeknek is fontos lesz saját honlapjaik céltudatos fejlesztése. A kisebb települések szempontjából a turizmus és a gazdaság szegmensek kisebb hangsúlyt kell, hogy kapjanak, mivel ezekkel a megyei

vagy regionális honlapok részletesebben foglalkozhatnak. Ezért a kis településeknek a helyi lakosokra kell elsősorban koncentrálni. Számunkra az ügyintézési tudnivalók a legfontosabbak. Az aktuális hírek és a rendezvény rovatok pedig visszatérésre ösztönöznek. A tartalmi elemek mellett a technológiai elemekre is koncentrálni kell. Szükséges a folyamatos technológiai fejlesztés, a bannerek értékesítése, a Google Analytics segítségével a látogatottság nyomon követése, a keresőoptimalizálás és a közösségi média használata. Többnyelvű elérhetőséget kell lehetővé tenni, valamint ösztönözni a látogatókat, hogy az oldalt a kedvencek közé helyezték, és rendszeresen látogassák.

Felhasznált források

Bauer András – Berács József – Kenesei Zsófia (2007): Marketing alapismeretek. Aula Kiadó.

Eszes István – Bányai Edit (2002): Online marketing. Műszaki Könyvkiadó.

Fojtik János (1999): Városmarketing az interneten – Lehetőségek és eredmények, Tér és Társadalom, XIII. évfolyam 1–2. szám, 75–88.

Orosz Dániel (2005): Selling the city! – Avagy internetes városmarketing magyar módra, Falu, város, régió, 1–2. szám, 37–39.

Piskóti István – Dankó László – Schupler Helmuth (2002): Régió- és településmarketing, KJK-KERSZÖV.

Weber, L. (2008): Marketing a hálón, HVG Zrt.

Internetes források

Berlin Online Médiaajánlat. http://www.berlin.de/imperia/md/content/berlinonline/mediadaten/preislisten2010/berlinonline_mediadaten_zahlen_fakten_april.pdf?start&ts=1271173039&file=berlinonline_mediadaten_zahlen_fakten_april.pdf (letöltés ideje: 2010. 09. 11.).

e-GO díj. www.toosz.hu/digitalcity/newsarchive.jsp?dom=AAAAZJWX&hir=BAAFHMC&fmn=AAAAYWOT&pri=AAAAYFAP (letöltés ideje: 2010. 09. 11.).

FaceBook-felhasználók száma. www.facebookers.com/countries-with-facebook/HU/ (letöltés ideje: 2010. 09. 11.).

Térport szakmai portál: www.terport.hu (letöltés ideje: 2010. 09. 11.).

Saját kutatások

E-mail a megyeszékhelyi honlapok készítőitől, webmestereitől.

E-mail München város honlapjának vezetőjétől: dr. Csery Lajos, a Portal München Betriebs-GmbH & Co. KG ügyvezetője.

A tanulmány a szerző azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Forgács Csaba

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján az Agrárközgazdasági szekcióban I. helyezést ért el.

Nádasy Bernadett

Termék-szolgáltatás rendszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök felmérése Magyarországon nemzetközi kitekintéssel

A fenntarthatóság kérdése különböző tudományos fórumokon számos megvitatásban került tárgyalásra. Tanulmányom a fenntartható fogyasztás egy alternatívájára, a termék-szolgáltatás rendszerekre helyezi a hangsúlyt, azon belül is a fogyasztóra, akinek elfogadási hajlandóságán az egész koncepció sikere múlik. Vajon hajlandók-e a vásárlók feladni kényelmük egy részét annak érdekében, hogy a fenntarthatóság célját szolgálják? Egyáltalán tudatosul-e a fogyasztóban, hogyan kell fenntartható fogyasztási mintát követni? Vajon van-e különbség a magyar fogyasztók és a gazdagabb országokban élő fogyasztók termék-szolgáltatás rendszerekkel szemben tanúsított elfogadási hajlandósága között. Ha fennáll ilyen különbség, akkor az mivel magyarázható? Ezekre a kérdésekre keresem a választ e tanulmányban, valamint az alapjául szolgáló tudományos diákköri dolgozatban.

A fenntartható fogyasztás

A fenntartható termelés és fogyasztás kérdése napjainkban sokat hangoztatott téma, melynek megoldására egy erős nemzetközi összefogás elkerülhetetlennek látszik. Földünk erőforráskészleteinek szűkössége, a szennyezésből fakadó problémák, a népesség számának növekedése a fejlődő országokban, míg a társadalmak fogyatkozása a világ fejlett országaiban mind jól ismert, már-már elcsépelten hangzó problémák. Nem csak a fejlett országokban növekszik azonban a fogyasztásra való igény, hanem a fejlődő országokban – elsősorban Indiában és Kínában – felemelkedő új középosztály szintén növekvő keresletet képvisel. Mindez pedig súlyos fenntarthatósági problémákhoz vezet nem csak hosszú, de már rövid távon is (Kerekes, 2008).

Opschoor és Wetering modellje ábrázolja, milyen összetevők definiálják a környezetre háruló összes terhelést. Eszerint

$$EI = P \cdot US \cdot EM,$$

ahol EI (Environmental Impact): a környezeti hatás,
 P (Population): a népesség,
 US (Units of Service): a szolgáltatásegység,
 EM (Environmental Metabolism): a környezetterhelés mértéke (Opschoor, Wetering, 1994).

A Svéd Természetvédelmi Ügynökség (Swedish Environmental Protection Agency, SEPA) 2000-ben kiadott tanulmányában (Mont, 2000) az alábbi három megoldási alternatívát fogalmazta meg a napjainkban egyre égetőbben jelentkező fenntarthatóság problémájára:

- A népesség számának csökkentése
- A fogyasztás szintjének csökkentése
- A fogyasztás fenntarthatóvá tétele

Az első alternatíva nyilván nem valósítható meg rövid távon, hiszen minden jel arra mutat, hogy ha a népesség növekedése-

nek üteme nem is gyorsul, hanem csupán a jelenlegi ütemben halad, a Föld népessége 2100-ra akkor is eléri a 8-10 milliárd főt (United Nations, 2003).

Ilyen hatalmas népesség eltartása nyilván ellehetetleníti a második alternatívát, miszerint a fogyasztás mennyiségének csökkentésére kellene törekednünk. A helyzetet súlyosbítja, hogy a növekedő népesség nagy része olyan fejlődő régiókban fog végbemenni, ahol az életszínvonal messze elmarad a fejlett világban tapasztalhatóhoz képest. A gazdasági teljesítmény javulásával azonban ezen régiók lakosai is nagy valószínűséggel hasonló fogyasztási mintát akarnak majd követni, mint a fejlett világ vásárlói (Kerekes, 2008). Ráadásul a szegénységből felemelkedő országok lakói valószínűleg sokkal kevésbé fogják a természet szempontjait figyelembe venni, és inkább lesznek hajlandók az életkörülmények marginális javulásáért a környezeti erőforrásokat aránytalan mértékben igénybe venni. A fogyasztás szintjének csökkentésére irányuló törekvések pedig azokban az országokban is meglehetősen nagy felháborodást keltenének, ahol a lakók szükségleteiknél jóval magasabb mértékben fogyasztanak. Ilyen népszerűtlen programot valószínűleg egyetlen ország kormánya sem szívesen tűzne zászlajára.

Egyetlen megvalósíthatónak tűnő alternatíva marad tehát, mégpedig a fogyasztás fenntarthatóvá tétele.

Hogyan valósítható ez meg? A SEPA tanulmánya szerint az alábbi lehetőségek közül választhatunk:

- Termékek és szolgáltatások nyersanyagtartalmának csökkentése – dematerializáció
- Termékek életciklusának meghosszabbítása
- Ökohatékonyság növelése – az egységnyi előállított termékre/szolgáltatásra jutó környezetterhelés csökkentése
- Termék hasznos élettartamának jobb kihasználása

A szolgáltatás alapú gazdaság és a termék-szolgáltatás rendszerek

A szolgáltatás alapú gazdaságra gyakran utalnak a szakirodalom szerzői úgy, mint funkcionális gazdaság, melyben a fogyasztó nem a terméket, hanem az általa nyújtott funkciót, szolgáltatást vásárolja meg: a fogyasztó nem autót, hanem a mobilitás lehetőségét vásárolja meg, nem hűtőszekrényre van szüksége, hanem arra, hogy ételei sokáig elálljanak. Stahel (1989) rámutatott, hogy a fogyasztó számára nem egy-egy termék birtoklása, hanem a termék által nyújtott szolgáltatás jelenti a hasznosságot. Ezáltal világossá válik, hogy szükséges a tömegtermelés jelenlegi fenntarthatatlan szintjéhez ragaszkodni, új fogyasztási modell kialakítására van inkább szükség. Olyan rendszert képzelt el, melyben a gyártókat felváltják a szolgáltatók, a termékek vásárlói pedig szolgáltatósok fogyasztóivá válnak. Ebben a modellben minimalizálódik az új termékek gyártására fordított nyersanyagszükséglet, megnő a termékek élettartama, az eddig felesleges hulladék pedig értékes alapanyaggá válik, mivel a gyártó újra fogja azt hasznosítani. Ezen megközelítés szellemében pedig lehetőség kínálkozik újfajta piaci megoldások bevezetésére, ezek a termék-szolgáltatás rendszerek. A legfontosabb kérdés azonban, hogy a fogyasztók mennyire hajlandók alávetni magukat az elmélet jogosságának. Hajlandók-e „átállni” egy teljesen újfajta fogyasztási mintára? Ennek a kérdésnek a megválaszolására tett kísérlet képezi a dolgozat lényegét.

Termék-szolgáltatás rendszerekkel szembeni fogyasztói attitűd empirikus felmérése

A termék-szolgáltatás rendszerekkel, egyáltalán a funkcionális gazdasággal kapcsolatos fogyasztói attitűdök megbecslésére online kérdőíves felmérés módszerét alkalmaztam. Az így szerzett adatok pontosítása végett később egy fókuszcsoportos interjúra is sor került. Két kérdőív került összeállításra, egy a magyar fogyasztók váltási hajlandóságát feltárandó, míg a másik – angol nyelvű – a Magyarországon kívüli, elsősorban nyugat-európai és egyesült államokbeli fogyasztók attitűdjét volt hivatott felmérni.

A kérdőív első részében demográfiai, szociológiai jellemzők feltárására került sor – nem, életkor, legmagasabb iskolai végzettség, családi állapot, havi nettó jövedelem, foglalkozás, lakóhely.

A második szekció közlekedési módokról és ennek okai-val kapcsolatos kérdéseket tartalmaz. A harmadik részben a környezettudatosság általános szintjének megbecslését segítő kérdések voltak. A környezettudatosság szintjének felmérésére a kérdőív 6 kérdést tartalmazott: rákérdez a szelektív szemétgyűjtés, gazdaságos víz- és energiafelhasználás iránt mutatott hajlandóságra, a környezetbarát termékekkel szembeni attitűdre. Megkérdezi, hogy a fogyasztó számára mennyire fontos a természeti környezet állapotának megóvása, míg az utolsó kérdés arra vonatkozott, hogy a természeti környezet megóváásáért hajlandók lennének-e anyagi áldozatot hozni a válaszadók.

Végül a negyedik részben került sor a funkcionális gazdasággal és termék-szolgáltatás rendszerekkel kapcsolatos attitűdök felmérésére. Itt a termék-szolgáltatás rendszerek három

dimenzióban jelennek meg: az első kérdés a mosodai szolgáltatás igénybevétele saját mosógép birtoklása helyett szituációra kérdez rá. A második ritkán használt tárgyak, például sífelszerelés, kerti szerszámok bérelési hajlandóságát firtatja, míg az utolsó a carsharing (megosztott autóhasználat) szolgáltatás igénybevételének valószínűségére kérdez rá.

A harmadik és negyedik szekcióba tartozó kérdések esetén a válaszadóknak 1-től 5-ig terjedő nominális skálán kellett jelölniük, hogy mennyire jellemzők rájuk a megfogalmazott állítások (1 – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben).

Magyarországi fogyasztók által kitöltött kérdőívek értékelése

A magyar vonatkozású online kérdőívek két egyetemi levelezőlistán kerültek terjesztésre, illetve családtagok, barátok révén, 2010. január és február során.

Összesen 86 kitöltött kérdőív érkezett be, a válaszadók közül 59% (51 fő) nő, 41% (35 fő) férfi. Életkor, legmagasabb iskolai végzettség, lakhely és havi nettó jövedelem szerinti megoszlásukat a következő táblázatok tartalmazzák.

1–4. táblázat. A magyarországi válaszadók demográfiai jellemzői

Életkor	Számuk a mintában	Százalékos megoszlás
–31	55	64
31–40	18	21
41–50	8	9
51–	5	6

Lakóhely	Számuk a mintában	Százalékos megoszlás
Budapest	47	54,7
Nagyváros (100 000 fő felett)	7	8,1
Középváros (20 000–100 000 fő)	17	19,8
Kisváros (5000–20 000 fő)	13	15,1
Község (5000 fő alatt)	2	2,3

Legmagasabb iskolai végzettség	Számuk a mintában	Százalékos megoszlás
Érettségi	17	19,7
Főiskolai diploma	15	17,2
Egyetemi diploma	34	39,1
Msc diploma	12	13,8
Bsc diploma	9	10,3
Egyéb	2	2,3

Havi nettó jövedelem (Ft)	Számuk a mintában	Százalékos megoszlás
100 000 alatt	27	32,9
100 000–200 000	19	23,2
200 000–300 000	23	28
300 000–400 000	6	7,3
400 000–500 000	1	1,2
500 000 felett	6	7,3
Nem válaszolt	5	5,8

A fenti táblázatokból kitűnik, hogy a minta nem reprezentatív, hiszen:

1. a válaszadók átlagéletkora 30,5 év,
2. többségben vannak a kitöltők között a diákok, illetve egyetemi, főiskolai diplomával rendelkezők (közel 80%),

3. a diákok túlnyomó többsége miatt, akik még nem rendelkeznek rendszeres jövedelemmel, a legtöbb kitöltő (33%) 100 000 Ft alatti havi nettó jövedelemről számolt be,
4. a mintába kerültek több mint fele (55%) budapesti lakos, továbbá
5. a válaszadók majdnem fele (47%) nem rendelkezik saját autóval.

Hipotézisek és eredmények

A két vizsgált mintára vonatkozóan az alábbi hipotézisekkel éltem:

- H1a: A magyar fogyasztók elfogadási hajlandósága a termék-szolgáltatás rendszerekkel szemben alacsony.
- H1b: A külföldi fogyasztók elfogadási hajlandósága a termék-szolgáltatás rendszerekkel szemben magasabb, mint a Magyarországon vett mintában.
- H2: A nők elfogadási hajlandósága a magasabb presztízt jelentő termék-szolgáltatást helyettesítő rendszerekkel szemben magasabb, mint a férfiaké
- H3: Az életkor és a termék-szolgáltatás rendszerek elfogadásának hajlandósága negatív irányú kapcsolatban állnak egymással.
- H4: A termék-szolgáltatás rendszerek elfogadási hajlandósága pozitív kapcsolatban áll a környezettudatosság mértékével.

A leginkább figyelemre méltó eredmény talán a magyar és külföldi mintában megfigyelhető elfogadási hajlandóságok között tapasztalt szakadék. Ezért – rendelkezésre álló terjedlem hiányában – jelen cikkben kizárólag az ezt vizsgáló hipotézisekkel foglalkozom.

H1a: A magyar fogyasztók elfogadási hajlandósága a termék-szolgáltatás rendszerekkel szemben alacsony

A hipotézist magyar fogyasztók tipikusan magas hofstedei Bizonytalanságkerülési Indexe (a BI azt jelzi, mennyire nyitott egy nemzet az újdonságok iránt, mennyire képes tolerálni bizonytalan szituációkat) és a termék-szolgáltatás rendszerekben kódolt magas bizonytalansági faktor indokolja. Hasonló eredményt prognosztizál a magyar kultúrában tipikusan magas Maszkulinitás Index, mely értéként tekint az anyagi javak felhalmozására (www.clearlycultural.com). Az MI azt jelzi, hogy egy adott társadalmon belül a férfias vagy nőies értéként számon tartott értékek dominálnak-e inkább.

A kérdőívben arra kértem a válaszadókat, hogy 1-től 5-ig terjedő skálán jelezzék elfogadási hajlandóságukat, ahol az 1-es érték az elfogadási hajlandóság teljes hiányát, az 5-ös pedig teljes mértékű elfogadási hajlandóságot jelentett. Hipotézisem, hogy a magyar fogyasztók elfogadási hajlandóságának várható értéke 3-asnál kevesebb vagy legfeljebb azzal egyenlő.

A hipotézis igazolásához megvizsgálandó, hogy a termék-szolgáltatás rendszerek három kategóriájával szembeni attitűd várható értéke hogyan alakul. Ehhez Z-próbafüggvényt használunk. Az elvégzett teszt eredményét az 5. táblázat foglalja össze.

Az első és a harmadik vizsgált szolgáltatás esetén 99%-os szignifikanciaszinten nem tudjuk elvetni a nullhipotézist, miszerint az elfogadási hajlandóság a magyar fogyasztók részéről legfeljebb közepes mértékű ($Z_{0,9998} = 3,49$). E két esetben tehát igazolódott a feltevés, miszerint a magyar válaszadók alacsony elfogadási hajlandóságról tesznek tanúbizonyságot. A fókuszcsoporthoz tartozó interjú során a miértekre is fény derült: az interjúban részt vevők úgy érezték, nem szívesen mossák/mosatják a ruháikat olyan mosógépben, amit „ki tudja, ki

használt előtte”. Félnék attól is, hogy a végeredmény nem lesz olyan minőségű, mintha otthon, saját kezűleg, megbízható körülmények között mossák ki a ruháikat. Ez az attitűd, vagyis a közösen használt tárgyak tisztaságától, nem megfelelő minőségétől való félelem tipikusan jellemző a magas Bizonytalansági Indexszel rendelkező kultúrák felfogásában (Mooij, Hofstede, 2002).

5. táblázat. Elfogadási hajlandóság a három vizsgált termék-szolgáltatás rendszer esetén

	Mosodai szolgáltatás	Ritkán használt tárgyak bérlése	Carsharing szolgáltatás
Átlag	2,200	3,541	2,607
Szórás	1,300	1,307	1,336
Standard hiba	0,140	0,141	0,144
Z-próbafv. értéke	-5,71	3,838	-2,728
A H0: $m \leq 3$ és H1: $m > 3$ mellett 99%-os valószínűséggel	Elfogadjuk	Elvetjük	Elfogadjuk

Felmerült továbbá gátló szempontként a kényelmetlenség, amit az okoz, hogy a „mosodába el kell menni, megvárni, míg készen lesz, ez pedig nagyon unalmas”, míg otthon percek alatt el lehet intézni a mosást.

A carsharing szolgáltatás esetén szintén szerepelt gátló tényezőként a „tisztaság faktor”, itt azonban elsősorban kényelmi szempontokat említettek a válaszadók. Jellemzően azok, akik rendelkeztek saját autóval, nem lennének hajlandók arról lemondani. Azok viszont, akik még nem rendelkeznek saját járművel, nyitottabb magatartást tanúsítottak a carsharing szolgáltatás iránt.

A második szolgáltatás – ritkán használt eszközök bérletére vonatkozó hajlandóság – azonban nem bizonyult ennyire alacsonynak. Ebben az esetben is a fókuszcsoportos megkérdezés biztosította a magyarázatot: bérelt használati tárgyak esetén nem kell bajlódni az eszközök tárolásával, karbantartásával vagy tisztításával. A bérbeadó gyakran újabb, divatosabb eszközökkel rendelkezik, mint amivel a fogyasztó, különösen igaz volt ez például sífelszerelés, korcsolya esetében. Illetve megtakarítható az egyszeri, nagyobb beruházás, amit ezen eszközök saját beszerzése jelent.

Az angol nyelvű kérdőív értékelése

A mintába került válaszadók lakóhely szerinti csoportosítását a 6. táblázat tartalmazza.

6. táblázat. A külföldi mintában részt vevők besorolása származási ország szerint

Származási ország	fő
EU-15	23
Norvégia	1
Svájc	6
USA	8
Mintából eltávolított	9

Hipotézisek és eredmények

A kutatásban a külföldi kérdőívben is vizsgálatra került a magyar mintában vizsgált összes hipotézis, a korábban már említett tényezők miatt azonban kizárólag az elfogadási hajlandóságok különbségét vizsgáló hipotézisre koncentrálok.

H1b: A külföldi fogyasztók elfogadási hajlandósága a termék-szolgáltatás rendszerekkel szemben magasabb, mint a Magyarországon vett mintában

A kutatás eredménye alapján jóval több olyan válaszadó volt a külföldi mintában, aki hajlandó lenne termék-szolgáltatás rendszert igénybe venni, mint a magyarországi felmérésben. A 7. táblázatban százalékos formában szerepel, hogy a magyar és külföldi válaszadók milyen arányban lennének hajlandók igénybe venni a kérdéses szolgáltatást, 1-től 5-ig terjedő skálán mérve.

7. táblázat. A termék-szolgáltatás rendszerek iránti elfogadás összehasonlítása a külföldi, illetve magyarországi mintában

	1	2	3	4	5
	Elfogadási hajlandóság (Magyar/Külföldi, %)				
El tudnám képzelni, hogy saját mosógép megvásárlása helyett mosodában mosassam a ruháim	40,7 17,6	26,7 19,6	11,6 13,6	14 33,3	7 15,7
El tudnám képzelni, hogy a ritkán használt tárgyakat – sífelszerelés, kerékpár, tetőcsomagtartó, kerti grillsütő stb. – birtoklás helyett inkább bérelem, amikor szükségem van rájuk	12,8 5,9	8,1 11,8	16,3 7,8	37,2 31,4	25,6 43,1
El tudnám képzelni, hogy saját autó birtoklása helyett a carsharing szolgáltatást vegyem igénybe	30,6 11,8	17,6 13,7	23,5 21,6	18,8 25,5	9,4 27,5

Világosszürke kiemelés jelzi azt a kategóriát, melyet a magyar válaszadók választottak legnagyobb arányban, míg a sötétebb árnyalat a külföldi kitöltők által legtöbb esetben választott

kategóriát jelzi. A táblázatból világosan kiderül, hogy a külföldi fogyasztók sokkal nagyobb arányban hajlamosak termék-szolgáltatás rendszert igénybe venni.

A magyar fogyasztók elfogadási hajlandóságának alacsony voltát a magas, 82-es, Bizonytalanságkerülési Indexszel, valamint a szintén magas, 88-as, Maszkulinitás Indexszel magyaráztam, illetve ezek alapján prognosztizáltam, hogy az elfogadás szintje valószínűleg alacsony lesz. Ezek alapján jogosan várható, hogy amennyiben a külföldi felmérésben részt vevő országok átlagos, súlyozott Bizonytalanságkerülési Indexét, valamint Maszkulinitás Indexét megvizsgáljuk, akkor a magyar értéknél alacsonyabbat kell kapnunk. Nézzük ezen feltevés bizonyítékát a 8. és 9. táblázatban.

8. táblázat. A kutatásban részt vevő külföldi országok súlyozott Bizonytalanságkerülési Indexei (UAI)

Ország	Szám a mintában	UAI	Súlyozott UAI
Ausztrália	2	51	102
Dánia	2	23	46
Finnország	3	59	177
Franciaország	1	86	86
Görögország	1	112	112
Hollandia	1	53	53
Németország	3	65	195
Norvégia	1	50	50
Olaszország	1	75	75
Portugália	1	104	104
Spanyolország	1	86	86
Svájc	5	58	290
Svédország	5	29	145
USA	5	35	175
UK	8	46	368
Súlyozott UAI-átlag: 51,6			

9. táblázat. A kutatásban részt vevő külföldi országok súlyozott Maszkulinitási Indexei (MI)

Ország	Szám a mintában	MI	Súlyozott MI
Ausztrália	2	61	122
Dánia	2	16	32
Finnország	3	26	72
Franciaország	1	43	43
Görögország	1	57	57
Hollandia	1	14	14
Németország	3	66	198
Norvégia	1	8	8
Olaszország	1	70	70
Portugália	1	31	31
Spanyolország	1	42	42
Svájc	5	70	350
Svédország	5	5	25
USA	5	62	310
UK	8	66	528
Súlyozott MI-átlag: 47,55			

Forrás: www.clearcultural.com

Felvetésünk igazolódni látszik, hiszen mind a Bizonytalan-ságkerülési Index, mind a Maszkulinitási Index, a résztvevő országok számával súlyozva, valóban a magyar értéknél jóval alacsonyabbat adott eredményül.

Összegzés

Dolgozatom elején bemutattam, milyen problémákkal szembesül a világ, ha nem változtatunk radikálisan jelenlegi fogyasztási mintáinkon. Ezután röviden leírtam, milyen alternatívákkal rendelkezünk fogyasztásunk fenntarthatóságának

javítása érdekében. Az elmélet alapján kialakított hipotéziseket empirikusan vizsgáltam két kérdőíves felmérés és a fókuszcsoporthoz tartozó interjú segítségével. Eredményül azt kaptam, hogy valószínűleg a kulturális-történelmi háttérnek, illetve az életkornak befolyásoló szerepe van a termék-szolgáltatás rendszerek iránti elfogadási hajlandóság kialakításában.

A kutatásból az derült ki, hogy a fogyasztók ellenállásának egyik fő oka az a bizonytalanság, bizalmatlanság, amit a termék-szolgáltatás rendszerek irányában éreznek. Ráadásul nem elég, ha a szolgáltató a kockázat objektív szintjét csökkenti, annál sokkal fontosabb, hogy a fogyasztó bizalmát elnyerje és az általa érzékelt kockázat szintjét csökkentse.

Az elfogadás gátló tényezőjeként merült fel továbbá a kényelem problémája. Sok esetben a fogyasztónak nem is a termék jellegével van problémája, hanem azt a kényelmetlenséget akarja elkerülni, amit a fogyasztóvá válás okoz. Nyilván létezik olyan szint, mely felett a szolgáltatónak nem éri meg a kényelem fokozására törekedni, de addig, amíg számára „megéri”, mindenképpen a fogyasztó legjobb kiszolgálását kell célul kitűznie. Ezen a ponton merül fel a kérdés, hogy nem lenne-e realitásabban megvalósítható, ha a termék-szolgáltatás rendszerek fogyasztói számára azokért a kényelmetlenségekért, melyeket „el kell tűrniük”, valami módon az állam kompenzálná őket. Esetleg a szolgáltatók is lehetnek kompenzáció alanyai azokért a veszteségekért, amelyeket a kényelem maximalizálása miatt szenvednek el. Én mégis úgy gondolom, hogy a fogyasztónak nyújtott kedvezmény lenne a hatásosabb megoldás.

Az állam szerepe fontos még egy további tényezőben: nagyon fontos lenne, ha a fogyasztók figyelmét felhívnák a fenntartható fogyasztás problémájára. Legeredményesebben a fiatal generáció lenne megcélozható, hiszen alapvetően

is ők mutatnak nagyobb hajlandóságot termék-szolgáltatás rendszerek igénybevételére. Ha már fiatal korban internalizálják a fenntarthatóbb fogyasztási mintát, valószínűbb, hogy felnőttként sem fognak ettől eltérni. Iskolai oktatás keretében a fenntartható magatartásra való oktatás, nevelés érhetné el a legjobb eredményt.

Köszönetnyilvánítás

Szeretnék köszönetet mondani Kerekes Sándor professzor úrnak, aki nem csak kitűnő konzulensként, de türelmes mentorként is segítette a dolgozat létrejöttét.

Felhasznált források

Csutora Mária – Kerekes Sándor (2004): A környezetbarát vállalatirányítás eszközei, KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest.

Heiskanen, E. – Jalas, M. (2003): Can services lead to radical eco-efficiency improvements? – a review of the debate and evidence, Corporate Social Responsibility and Environmental Management Vol. 10 No. 4, 186–198.

Hofstede, G. (1991): Cultures and Organizations: Software of the Mind, London, McGraw, Hill.

Hunyadi László – Vita László (2002): Statisztika közgazdászoknak – Statisztikai módszerek a társadalmi és gazdasági elemzésekben, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

Kerekes Sándor (2008): A környezetgazdaságtan alapjai, Aula Kiadó, Budapest.

Meijkamp, R. (1998): Changing consumer behaviour through eco-efficient services: an empirical study of car sharing in The Netherlands, shorted version, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 7 No. 4, 234–244.

Mooija, M. – Hofstede, G. (2002): Convergence and divergence in consumer behavior: implications for international retailing, *Journal of Retailing*, Vol. 78 No. 1, 61–69.

Mont, O. (2000): *Product Service Systems*, Final Report, February 2000, The International Institute of Industrial Environmental Economics, Lund University.

Mont, O. (2002): Clarifying the Concept of Product-Service System. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 10 No. 3, 237–245.

Opschoor, J. B. – Weterings, R. (1994): Environmental utilisation space: an introduction, *Milieu*, Vol. 9 No. 5, 198–205.

Rappai Gábor (2001): Üzleti statisztika az Excellel – Statisztikai módszerek a társadalmi és gazdasági elemzésekben, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

Rexfelt, O. – Ornas V. (2007): Consumer acceptance of product-service systems – Designing for relative advantages and uncertainty reductions, www.emeraldinsight.com/1741-038X/htm.

Roy, R. (2000): Sustainable Product-Service Systems, *Futures*, Vol. 32 No. 3–4, 289–299.

Srite, M. – Karahanna E. (2006): The role of espoused national cultural values in technology acceptance, *MIS Quarterly*, Vol. 30 No. 3, 679–704.

Stahel, W. (1998): From Products to Services: Selling performance instead of goods, <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/home/report/english/articles/vol27/STA1E276.htm>, (letöltés ideje: 2010. 03. 15.).

Tukker, A. (2004): Eight types of Product-Service Systems: eight ways to sustainability? Experiences from Suspronet, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 13 No. 4, 246–260.

United Nations (2003): Long-range Population Projections. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 21 August, 2003.

White, A. L. – Stoughton, M. – Feng L. (1999): Servicizing: the quiet transition to extended product responsibility. Report Submitted to U. S. Environmental Protection Agency, Office of Solid Waste.

www.clearlycultural.com (letöltés ideje: 2010. 03. 18).

A tanulmány a szerző Fenntartható fogyasztási módokkal kapcsolatos vásárlói attitűd vizsgálata című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Kerekes Sándor

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Környezeti menedzsment szekcióban I. helyezést ért el.

Mezei Bálint

Fejlődés vagy vergődés?

– A hazai generikusgyógyszer-gyártók üzleti elemzése (2005–2010) a Krka benchmark adatainak segítségével

A tanulmány a hazai generikus gyógyszeripar, azon belül is a két legnagyobb hazai bázisú szereplő üzleti teljesítményét méri fel. A húzóágazatokról szóló rövid elméleti bevezető után rátérek az egy stratégiai csoportba tartozó közép-európai generikus gyógyszergyártók analizálására. A szlovén Krka, a magyarországi Richter Gedeon Nyrt. és az Egis Nyrt. pénzügyi és stratégiai elemzése világos képet ad a társaságok likviditási, hatékonysági és jövedelmezőségi helyzetéről, valamint rámutat azokra a stratégiai fejlődési pontokra, amelyek segíthetnek a vállalatoknak versenyképességük növelésében. Az EVA-mutatót alkotó komponensek elemzése kulcsfontosságú gazdálkodási és szervezési különbségekre mutat rá a benchmarknak tekinthető Krka és a hazai gyártók között. A tanulmány az ágazat szereplőinek, gazdaságpolitikusoknak és piaci elemzőknek egyaránt hasznos áttekintést adhat a régió gyógyszeriparának állapotáról.

A húzóágazatok és állami támogatások szerepe a válság után

Az állam, kiemelten pedig az állami támogatások gazdasági szerepének újragondolása a közgazdaságtani irodalom figyelmének középpontjába került a 2008-ban kitört világ gazdasági válság hatására. E diskurzus egyik vezérfonala az ágazati politikák revideálása, azon belül is az állami fejlesztéspolitika által kiemelt fontosságúnak tekintett ún. kulcságazatok jövője lett. Az Európai Bizottság a 2000-es évek eleje óta a gyógyszeripart, a hadiipart és a kommunikációs technológiák iparát tartja a három leginnovatívabb és legversenyképesebb európai iparágának (EB, 2005), Magyarország eközben a gyógyszeripart, a járműipart, a logisztikát és az informatika-elektronikai ipart kívánja állami ösztönzőkkel helyzetbe hozni (Bajnai, 2009). A hazai iparágak közül hagyományai, K+F potenciálja, infrastrukturális adottságai és magas tudásigénye miatt a gyógyszeripar tűnik a legígéretesebbnek.

A stratégiai csoport definiálása

Tanulmányomban a közép-európai generikusgyógyszer-gyártók „éltanulóját”, a szlovén Krkát (Krka d.d. Novo Mesto) alkalmaztam nemzetközi benchmarkként két legnagyobb, teljes vagy viszonylagos stratégiai önállósággal rendelkező hazai gyártónk üzleti teljesítményének méréséhez. A Richter Gedeon Nyrt. stratégiai irányultsága, mérete, legfontosabb piaci és termékei gyakorlatilag egybevágnak a szlovén Krka jellemzőivel. Az Egis Nyrt. is belevehető e háromfős stratégiai csoportba a piacok és a termékpaletta egyezősége miatt annak

ellenére is, hogy stratégiájának alakítása nagymértékben függ tulajdonosától, a francia originális gyártó Servier-től, mérete pedig elmarad a két előbbi gyártótól. Az összehasonlítást a 2005-ös évtől egészen 2009 IV. negyedévéig (Q4) végeztem el*, így a hazai gyógyszerpiacot érintő szabályozási reform (Gytv., 2006) közvetlen pénzügyi hatásai is nyomon követhetők. Céлом az volt, hogy felmérjem e két hazai vállalat versenyképességét, rámutassak a fejlődési pontokra és bizonyítsam, hogy a gazdaságpolitikának érdemes önálló gyógyszeripari stratégiát kialakítania.

A hazai gyógyszeripar szerepe és sajátosságai

A magyarországi gyógyszeripar nemzetgazdasági jelentőségét elsősorban az üzleti K+F ráfordításokon belüli magas részarányával lehet érzékeltetni: 2008-ban becslések szerint a teljes magángazdasági innovációs ráfordítások 50%-a a gyógyszeriparban keletkezett, nemzetgazdasági szinten ez az arány 22%-os volt (KSH, Nikodémus–Kissné, 2010). Másodsorban a gyógyszeripar a világ gazdaság egyik legprosperálóbb iparága, így az itt megszerzett erőforrások és kulcskompetenciák jelentősen képesek emelni egy nemzet gazdaság vagy regionális integráció versenyképességét (Czakó, 2000). Az iparág pozitív foglalkoztatási hatásai, 2007-től aktívumba forduló külkereskedelmi mérlege, valamint 2% körül ingadozó GDP-hozzájárulása miatt is megérdemli a gazdaságpolitika kiemelt figyelmét (KSH-évkönyvek, 2005–2008).

* A Krka csak 2007 Q1-től közöl IFRS alapú kimutatásokat, így a szlovén vállalat pénzügyi adatait ekkortól mértem.

A hazai gyógyszeripar a 20. század elején indult virágzásnak, átmeneti visszaesések ellenére szinte mindvégig fejlődési pályán állt. A szocializmus időszakában a reprodukciós termékek* szorgalmazása miatt nem kellően gyors ütemben fejlődött a generikus kutatási és gyártási vonal, ez pedig termelési hatékonyságban és a termékportfólió sokszínűségében komoly lemaradást eredményezett a nyugat-európai vállalatokhoz, de néhány térségbeli gyártóhoz (Krka, Zentiva) képest is (Zalai, 2001). A szocializmus évtizedeiben a K+F portfóliókat központilag osztották el: a Richter szerencséjére a szteroidkutatások kizárólagos magyarországi joga hozzájuk került, amelyből a 21. század egyik legígéretesebb, globálisan terjesztett nőgyógyászati termékportfólióját sikerült kifejleszteni (Szalkai, 2004). A jelentősebb hazai pozícióval rendelkező generikus gyártók közül a rendszerváltás idején működő hatból már csak a Richter teljesen önálló, az Egist 50,1%-ban a francia Servier birtokolja, ám stratégiaalakításában jelentős önállósággal rendelkezik a Keresztúri úti vállalat is.

A hazai piacot az Országos Egészségbiztosítási Pénztár költségvetési mozgásterére ható speciális szabályozási technikák határozzák meg. A 2006-ban elindított gyógyszer-gazdaságossági reformcsomag eredményeként befagytak az addig ütemesen emelkedő gyógyszerkassza-kiadások, jelentősen szűkült a támogatott gyógyszerek köre, megélénkült a generikus piacon az árverseny, bevezetésre került a 12%-os támogatásarányos visszatérítés, valamint az orvoslátogatói díj, és a gyógyszerkasszában keletkező esetleges hiány fedezése piaci részesedésük alapján teljes mértékben a gyártókra

* Nyugat-európai és amerikai originális termékek „illegális” másolatai, amiket a rendszerváltás után hazánkban is megjelenő nagy multinacionális vállalatok pillanatok alatt perek sokaságának kilátásba helyezésével eltüntettek a piacról.

hárult (Gytv., 2006). A hazai piac jövedelmezőségi viszonyai romlottak, az erősödő verseny csökkentette a hazai gyártók magyarországi részesedését (IMS Health), külpiaci pozícióik megerősítésére és a termékportfólió minőségének emelésére ösztönözve őket (Székelyné és Feller, 2008). A porteri öttényezős modellből éppen a 21. század első évtizedére esett a generikus termékek helyettesítőinek előretörése, az OTC-piac és a biológiai gyógyszerek felfutása komoly kihívást jelent az iparág szereplőinek.

Értékesítési piacok, termékportfólió és növekedési modell

A vállalatok összehasonlítását értékesítési piacaik elemzésével érdemes kezdeni. Mindhárom gyártó számára domináns piac Oroszország és a FÁK-országok, bár az Egis esetében a magyarországi bevételek továbbra is túlzott nagyságúak. Míg a Richter profitmegosztási szerződésekkel komoly bevételi forrásra tett szert az észak-amerikai piacon, addig az Egis a Földközi-tenger térségében próbál kitörési pontot találni, a Krka pedig eredményesen őrzi előnyét a KKE-térségben és a volt szovjet államokban. A termékszerkezetben is számos hasonlóságot fedezhetünk fel: a kardiovaszkuláris szerek uralják mindhárom vállalat portfólióját. A termékmegújítási arány a Krkánál a legerősebb, ám a két hazai vállalat sincs komoly lemaradásban e téren. A Richter nőgyógyászati portfóliója egyre bővül, így termékpalettája középtávon is kellően diverzifikált marad. A Krka számos jól jövedelmező termékével képes ellensúlyozni azt, hogy bevételeinek majd fele kardiovaszkuláris termékekből származik. Eközben az Egisnek

éppen az okozza a legnagyobb gondot, hogy három legfontosabb terméke (Coverex, Adexor és Tenaxum) adja hazai értékesítésének harmadát.

A termékszerkezet és a főbb piacok áttekintése után a vizsgált időszakban folytatott növekedési politikát tekintetem át. Az Egis úgy növelte 2005-től 2010-ig 65%-kal mérlegfőösszegét, 37%-kal pedig személyi állományát, hogy a kezdőponthoz képest mindössze 15%-kal nőttek bevételei és 2,5%-kal csökkent adózás utáni nyereségszintje. Az Egis növekedése nem volt fenntartható. A Richternél hasonló aránytalanságokat mértünk.* A Krka e tekintetben is élen járt: miközben megduplázta mérlegfőösszegét, nyereségszintjét 61%-kal, alkalmazottjai számát pedig a hazai gyártók szintjén emelte.

Pénzügyi mutatószámok elemzése

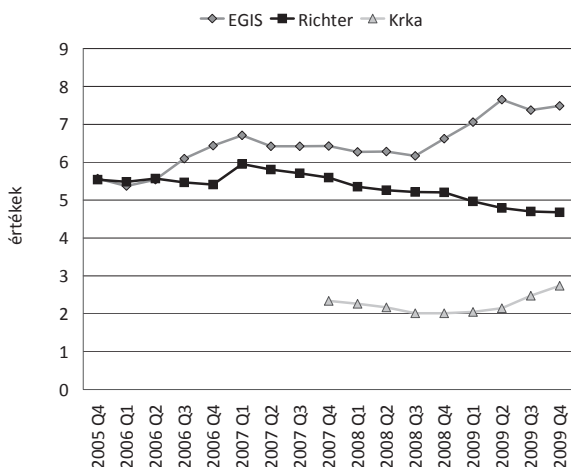
Az általános stratégiai áttekintés után a pénzügyi mutatószám-elemzés segítségével térképeztem fel a vállalatok versenyképességét a 2005–2010-es időszakban. A számítások alapadatait a vállalatok IFRS alapú kimutatásai adták, a számítások metodikája pedig egybevág Virág (2004) módszertanával.

* Rendre +80, +55 és +12%-os értékek.

Likviditás

Az Egis esetében dinamikusan nőttek a likviditási értékek, ami mögött elsősorban forgóeszköz-állományának növekedése áll. A Richternél éppen ellenkező, hatékonyság növelő tendenciával találkozunk, ám hatalmasra duzzadt készpénz-állománya számos kérdést vet fel. A Krkánál a leginkább megfelelő a likviditási helyzet, egy 2008–2009-es rövid időszakot érintő készpénzkrízist leszámítva stabil, közepes szintű likviditási értékeket mértem (lásd 1. ábra).

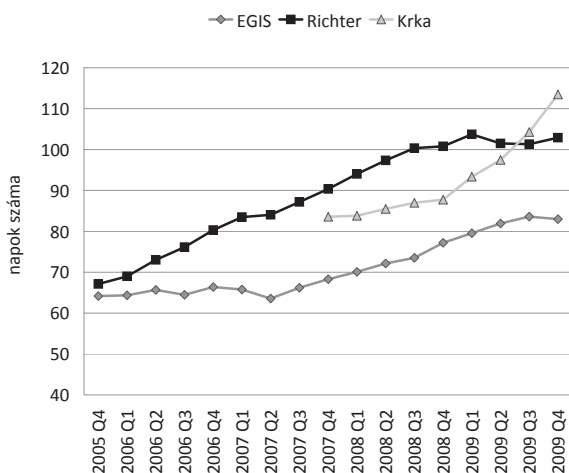
1. ábra. Likviditási ráta



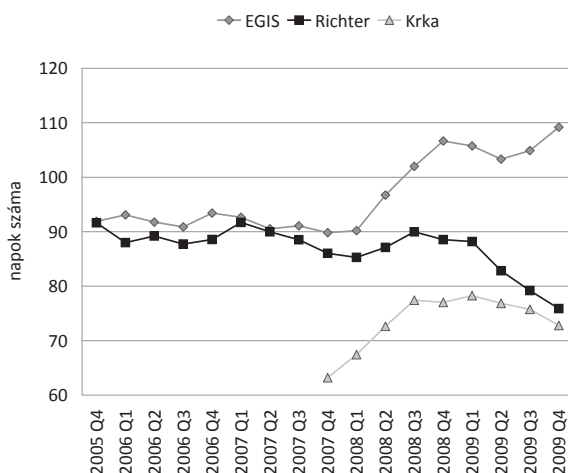
Működési hatékonyság

A működési hatékonyságot tekintve, bár egyre kisebb előnnyel, de az Egis bizonyul vezetőnek (lásd 2. és 3. ábra). Mígközben az exportpiacokon továbbra is törekednie kell az esz-
közhatékonyság növelésére, elsősorban a vevői fizetési morál
javításával, addig a hazai piac kiemelt szerepe még jó időre
biztosítani fogja a kedvező hatékonysági mutatókat. A Rich-
ternél a vevőkövetelések forgási sebessége egyre lassabb,
amiből a jövőben akár komoly finanszírozási problémák is
adódhatnak. A vevő/szállító forgási sebességarány azonban
a Richternél a legkedvezőbb, alkupozícióját elsősorban szállí-
tóival szemben tudja érvényesíteni. A Krka készletforgási se-
bessége a csoport legjobbjá, ám vevői forgási sebessége rend-
kívül megemelkedett az orosz és FÁK-országok piacaitól való
erőteljes függés eredményeként.

2. ábra. Vevők forgási sebessége



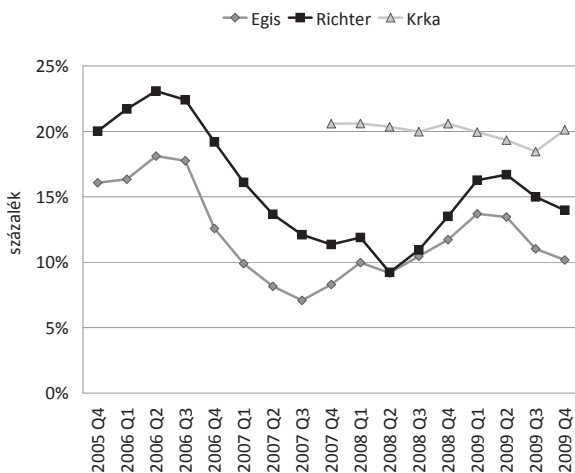
3. ábra. Készletek forgási sebessége



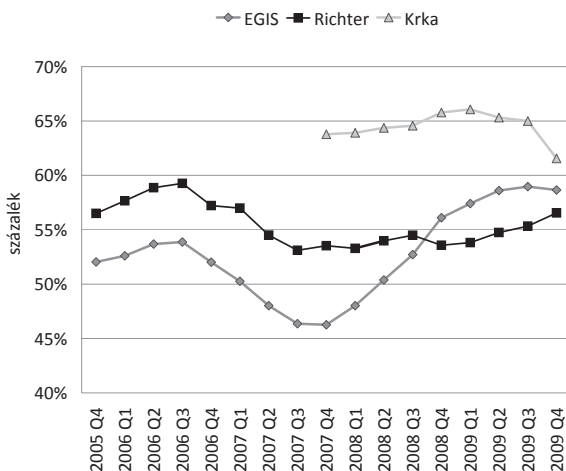
Jövedelmezőség

A jövedelmezőség az Egis leggyengébb pontja, a tulajdonosi értéktéremtés említett gyártónál valósul meg legkevésbé (a ROE-mutatót lásd a 4. ábrán). Elsősorban a gyógyszerpiaci szabályozás által nem befolyásolt területeken érhetne el szignifikáns javulást a cég: a bruttó (lásd 5. ábra) és az üzemi fedezet az utóbbi negyedévek javuló tendenciája ellenére alacsony, különösen az adminisztratív költségek kiugróan magas szintje miatt. Az egyéb jövedelmezőségi mutatók visszafogott növekedése bizakodásra adhat okot, további javulásuk a működési hatékonyság és a forrásszerkezet függvénye.

4. ábra. ROE

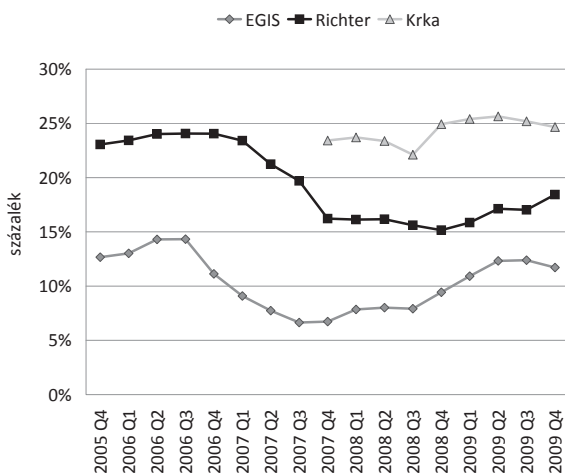


5. ábra. Bruttó fedezet



A Richter esetében a jövedelmezőség növelésének legnagyobb akadálya a bruttó fedezet alacsony szintje. A közvetett költségek visszafogása az EBIT-fedezet (lásd 6. ábra) elfogadható szintjéhez vezettek, a jelentős magyarországi adókedvezmények pedig az adózás utáni profit arányát javították. A Krka elsősorban versenytársainál tartósan 5-8 százalékponttal magasabb bruttó fedezeti arányával alapozza meg kiemelkedő jövedelmezőségét – közvetett költség szintjének mérséklésével pedig mind az EBIT-arányt, mind pedig az adózás utáni nyereséget magas szinten tudta tartani az időszakban.

6. ábra. EBIT-fedezet



Gazdasági hozzáadott érték (EVA) számítása

A vállalatok által termelt gazdasági hozzáadott érték (*economic value added* – EVA) mérésére is kísérletet tettem a vizsgált időszak adatai alapján. Az EVA-számítás klasszikus képletét használtam (Virág, 2004, 113.).

$$(1) \quad EVA = NOPAT - c \times K,$$

melyben a *NOPAT* a számított adókulccsal korrigált üzemi eredmény, *c* a tőke súlyozott átlagos költsége (WACC), míg *K* a nettó eszközállomány értéke. Egyedül *c* számítása nem triviális

$$(2) \quad WACC = \left(\frac{E}{V} \right) \times r_E + \left(\frac{D}{V} \right) \times r_D (1 - t_c),$$

hiszen r_E meghatározásához

$$(3) \quad r_E = r_F + \beta \times (r_M - r_F)$$

szükség van az adott vállalat és a piaci index együtt mozgásának mértékét kifejező β -ra, a piaci elvárt hozamra és a kockázatmentes termék elvárt hozamára. A képletek kiszámításához nem tökéletes piaci körülmények között jelentős egyszerűsítéseket kell alkalmaznunk: az elvárt hozamok helyett az elmúlt öt év tényleges hozamait használtam, a piacot pedig a tőzsdeindexekre korlátoztam, ami csökkenti az eredmények erejét, főleg fejletlen tőkepiacokkal rendelkező közép-európai országok esetén (Sebestyén, 2005 és Virág, 2004).

A vizsgálat rámutatott arra, hogy míg a Richter 2005-ben, 2006-ban és 2009-ben is jelentős mértékű gazdasági hozzáadott értéket tudott termelni, addig az Egis és a Krka egyetlen vizsgált periódusban sem ért el pozitív EVA-t. Míg az eredmények kevésbé, addig az eredményekhez vezető komponensek elemzése számos tanulságot rejtettek magukban. Világossá vált, hogy a Krka kedvező jövedelmezőségi mutatói mögött nemcsak hatékony gazdálkodása és kiváló új termékei, hanem ellenőrzött mértékű, az iparági szintnél valamivel alacsonyabb (35-39%-os) idegentőke-aránya álltak.* Azt is láthattuk, hogy az átlagosan 20%-os szlovén adóelvonás ellenére a Krka teljesítménye jobb, mint a 2-5%-os adóteherrel szembesülő hazai vállalatoké. Végül a komponensanalízis legfontosabb tanulsága az volt, hogy a Krka majd 15%-kal kisebb eszközállománnyal tud a Richtert meghaladó nettó eredményt produkálni, ami jól tükrözi a hazai gyártók alacsony hatékonyságát.

Kitörési pontok a hazai generikus iparágban

A társaságoknál a stratégiák és pénzügyi mutatószámok áttekintése után számos fejlődési pontot azonosítottam. Az Egis esetében követni kell a jelenlegi stratégia irányvonalát: a hazai értékesítés leépítése nélkül kell tovább erősíteni a kelet-közép-európai piaci jelenlétet, s közben fel kell porgetni az ígéretes földközi-tengeri piacokon való terjeszkedést. Újra

* Az Egisnél és a Richternél ugyanis az idegentőke-arány az időszak során 0-1% körül ingadozott.

kell gondolni a nyugat-európai alapanyag- és félkésztermék-exportot, melyek igen alacsony hozzáadott értékű és nagy kapacitásokat lekötő megrendelések. Tovább kell folytatni a tulajdonossal kiaknázható szinergiák felkutatását.

A termékmegújítási sebesség növelése és a piaci résekre fókuszálás a kisméretű generikus gyártók igazi kitörési lehetősége. Az Egis stratégiai váltásra fog kényszerülni a globális CVS-piac várható gyengülése miatt. A legnagyobb előrelépést a pénzügyi menedzsment területén lehet elérni: az adminisztratív költségek radikális csökkentése jelentős mozgásteret teremtené a produktív marketing és K+F ráfordítások növelésére. Érdemes csökkenteni a benchmarkhoz képest túlzott nagyságú készpénzállományt, ami válságok idején ugyan gyorsan mozgósítható tartalékot jelent, de beruházásokra és az osztalékfizetés növelésére is alkalmasabb.

A Richternél folytatni kell a befektetők és a szakma által is kiemelt figyelemmel kísért originális kutatási csatornát, melyet hosszú távú partnerségi szerződésekkel működtet a vállalat. Erősíteni kell a nőgyógyászati portfóliót, míg a hagyományos terápiás területeken meg kell állítani a pozícióromlást a KKE-térségben. Nagyobb figyelmet kell fordítani a termelékenységre is, hiszen a Krka közel 2,5 ezerrel kevesebb alkalmazottal tud magasabb nyereséget produkálni. Fel kell készülni arra, hogy a hamarosan lejáró magyarországi társaságiadó-mentesség jelentősen csökkentheti a vállalat nettó profitját. Eközben a legnagyobb kérdés az, mit fog kezdeni a Richter 100 milliárd forintot meghaladó készpénzállományával úgy, hogy biotechnológiai beruházásaira már elkülönített alapokat képezett. Indokolt lenne részben osztalékfizetésre, részben infrastruktúra-fejlesztésre és egyéb befektetésekre fordítani a pénzállomány jelentős részét.

A fenyegetésekre adható válaszok

A lehetőségek és tennivalók számbavétele után kitérek a vállalatokra leselkedő fenyegetésekre is. A hagyományos, szintetikus kémiai eljárásokon alapuló innovatív termékek korszaka leáldozóban van, míg a biológiai alapú, nehezen másolható, ugyanakkor testre szabható termékek vonzereje növekszik. Mindkét hazai gyártónak elemi érdeke, hogy az új korszak küszöbén felkészülten álljanak, akár külső partnerekkel (akvizíciók), akár belső képességek fejlesztésével (saját kutatóbázis kiépítése), akár a két fejlődési út elegyével. A Richter budapesti és debreceni beruházásairól elmondható, hogy a legkorszerűbb technológián alapulnak és megfelelő tudományos kapcsolódási pontokkal rendelkeznek. Úgy tűnik, hogy az Egis hosszú várakozás után kisméretű vállalatok akvizíciójával próbál hozzájutni a biotechnológiai kompetenciákhoz és erőforrásokhoz.

Összegzés

A tanulmány hasznosnak bizonyulhat azoknak, akik stratégiai fejlődési pontokat kívánnak azonosítani a két legnagyobb hazai bázisú generikus gyógyszergyárnál, ahogy szabályozóknak is, hiszen a magyarországi gyógyszeripar hiányosságai ellenére a nemzetgazdaság egyik húzóágazata, amely ráadásul társadalmilag-gazdaságilag nem elszigetelten működik. Hazai beszállítók, kutatóközpontok, egyetemek egész sora kapcsolódik az iparághoz, miközben a tulajdonosok egy része vagy egésze is hazai, így a keletkező profit túlnyomó része Magyarországon hasznosul.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány alapjául szolgáló TDK-dolgozat megírását Fiáth Attila konzulens segítette, akinek köszönettel tartozom a pénzügyi elemzés iránti érdeklődésem felkeltéséért, az elegáns, precíz, jól áttekinthető szerkesztési elvek elsajátításáért. Köszönet illeti a dolgozat megírásában aktív szerepet játszó Medical Tribune szerkesztőségi tagjait, akik számos belső anyagot, piackutatási eredményt bocsátottak rendelkezésemre, amelyekhez „egyszerű” tanulóként nem lett volna hozzáférésem. Hálás köszönettel tartozom Gál Péternének, az Egis volt vezérigazgatójának és Poroszlai Csabának, az Egis stratégiai kontrolling igazgatójának szakmai gyakorlatom alatt tanúsított megértésükért, a számos belső ügyet érintő kérdéseimre adott válaszáért.

Felhasznált források

A 2006. évi XCVIII. törvény.

A Krka, d.d., Novo Mesto pénzügyi jelentései: <http://www.krka.biz/en/finance/porocila/>, (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

A Richter Gedeon Nyrt. pénzügyi jelentései: http://www.richter.hu/hu/Pages/reports_presentations.aspx#media (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Az Egis Nyrt. pénzügyi jelentései: <http://www.egis.hu/Content/Financial/FinancialReports.aspx> (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Bajnai Gordon (2009): Miniszterelnöki sajtótájékoztató, webcím: http://www.miniszterelnok.hu/mss/alpha?do=4&pg=49&st=5&m85_doc=2489 (letöltés ideje: 2010. 03. 01.).

A Budapesti Értéktőzsde statisztikái, http://bet.hu/magyar_egyeb/din-portl/instrdatadownload.

Czakó Erzsébet (2000): Versenyképesség iparágak szintjén – a globalizáció tükrében, PhD-disszertáció, BKÁE Vállalatgazdaságtan tan-szék.

Európai Bizottság (2006): European Industry: A Sectoral Overview. webcím: http://www.pedz.uni-mannheim.de/daten/edz-h/gdb/06/sec_overview_update06.pdf (letöltés ideje: 2010. 03. 01.).

IMS Health belső és nem publikálható anyagok.

KSH Egészségügyi statisztikai évkönyvek (2005–2008).

KSH Magyar statisztikai évkönyvek (2005–2008).

Ljubljanai értéktőzsde statisztikái és éves összefoglaló jelentései.

Nikodémus Antal – Kissné Marjay Márta (2010): Gyógyszeripar: gyógyír a magyar innovációs rendszernek, Egészség-gazdaságtan, IX. évfolyam, 1. szám, 2010. február, 34–38.

Sebestyén Géza (2005): A CAPM gyakorlati kérdései a hazai tőkepiac-ra megválaszolva, in: Pénzügyek és globalizáció, SZTE, 325–336.

Szalkai Zsuzsanna (2004): A Kalmopyrintól a Cavintonig – A gyógyszeripar nagy korszakai Magyarországon, webcím: <http://www.sci-tech.mtesz.hu/25gyogyszeripar/index2.htm> (letöltés ideje: 2010. 03. 04.).

Székelyné Salamon Ágnes – Feller Antal (2008): A gyógyszerpiaci forgalom változása a 2007-ben hatályba lépett gyógyszer-gazdaságossági törvény rendelkezéseinek tükrében, Gyógyszerészet 52., 231–239.

Virág Miklós (2004): Pénzügyi elemzés, csődelőrejelzés, Aula Kiadó, Budapest.

Zalai Károly (2001): A magyar gyógyszerészet nagyjai, Galenus Kiadó, Budapest.

Az Egis Zrt. vezetőivel készített interjúk (2010. március): Gál Péterné volt vezérigazgatóval, Poroszlai Csaba stratégiai kontrolling igazgatóval, Marossfy László gazdasági igazgatóval, Cserhádi Gyula, a stratégiai tervezési részleg munkatársával.

A tanulmány a szerző Fejlődés vagy vergődés? – a hazai gyógyszergyártók üzleti elemzése (2005–2010) a szlovén Krka benchmark adatainak segítségével című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Fiáth Attila

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Vállalkozásfejlesztés szekcióban I. helyezést ért el.

Horváth Detre

Az ingatlanadó megvalósítása Magyarországon, avagy adalékok egy 26 napos adó történetéhez

*Tanulmányom központi témája az egyes nagy értékű vagyontárgyakat terhelő adóról szóló 2009. évi LXXVIII. törvény ingatlanadóztatásra vonatkozó részének bemutatása és elemzése. Amellett, hogy átfogó képet kívánok nyújtani a legutóbbi magyar ingatlanadóztatási kísérletről, fontosnak tartottam, hogy mindezt egy koherens közgazdaságtani és adóelméleti keretbe helyezzem, valamint a magyar törvényt összevessem számos ország már működő ingatlanadóztatási gyakorlatával is. A tanulmány végén elkészített részletes elemzést kiegészíti még számos adó- és ingatlanszakértői vélemény is a 2010-es magyarországi ingatlanadóval kapcsolatban.**

* A tanulmány alapjául szolgáló eredeti tudományos diákköri dolgozat átdolgozása során az egyes fejezetekből az általam legérdekesebbnek vélt szemelvényeket kívántam itt bemutatni.

Az érték alapú ingatlanadóztatás elmélete

Miért népszerűtlen bármilyen ingatlanadó?

Az ingatlanadó a világ minden részén a legkevésbé elfogadott és legnépszerűtlenebb adónemek közé sorolható. Egy az Egyesült Államokban végzett kutatás szerint ennek oka alapvetően három tényezőben keresendő (Waisanen, 2007). Először is *az adó mértéke az adófizető számára nem kontrollálható*. Az adók mértéke ugyanis általában kontrollálható azáltal, hogy az adófizető megváltoztatja magatartását vagy vásárlási szokásait (pl.: áfa-emelés után csökkentjük azon termékek fogyasztását, amikre a magasabb áfa-tartalom vonatkozik). Másodszor *az adó mértéke nem a lakó fizetőképességén, hanem az ingatlan értékén múlik*. Ez különösen az öregedő tulajdonosok számára jelenthet problémát, ahol a jövedelem már stagnál, ellentétben az ingatlan növekvő értékével, így érték alapú ingatlanadó esetén a tulajdonos minden adóemelés nélkül is évről évre egyre magasabb adókötelezettséggel szembesül. Harmadrészt *az ingatlanadó egy „látható adó”*. Míg például a fogyasztási adókat kis összegekben, elrejtve tartalmazza a fogyasztói ár, addig az ingatlanadó mértékéről az adófizető adott időközönként, teljes pontossággal értesül. Így tulajdonképpen a gyűlölet tárgya a leginkább látható adó, azaz az ingatlanadó lesz, nem pedig az, ami valójában a legtöbbbe kerül az adófizető számára.

Miért kell mégis ingatlanadó?

Számos hibája ellenére az ingatlanadó mégis az egyik legjobb helyi adó. Az ingatlanadó alkalmazása mellett dolgozatomban számos érvet hoztam fel, ezek közül most a legfonto-

sabb bemutatása következik, ami az ingatlanadó kiemelkedő *haszonelvűsége*. Arról van szó, hogy az ingatlanok értékében nagyon jól visszatükröződik a helyi közszolgáltatások színvonala. Két, amúgy teljesen hasonló ingatlan értékének eltérésére két tényező van a legerősebb hatással, a fekvésük és a helyi közszolgáltatások színvonala. Az adóztatásnak pedig az egyik jellemző módja, hogy amennyiben maga a közszolgáltatás használata közvetlenül nem adózhat (használói díjra nincs lehetőség), akkor a szolgáltatáshoz kapcsolódó kiegészítő termék (vagy értéktárgy) kerül adóztatásra. Nem vetünk ki például adót közvetlenül egy adott belvárosi útszakasz használatáért, de megadóztatjuk a gépkocsit vagy a benzint. Hasonló módon nem a helyi közszolgáltatások használatáért szedjük be közvetlenül az adót, hanem az után a vagyontárgy után, aminek értékében a közszolgáltatások színvonala visszatükröződik. Ez pedig az ingatlan.

Esetenként azonban a haszonelvűség is megkérdőjeleződik. Megeshet ugyanis, hogy az adó mégsem függ közvetlenül a nyújtott szolgáltatások költségeitől. Képzeljük el azt az esetet (Cullis, 2003, 493.), amikor egy ikerház egyik felében egy négytagú család, a másik felében viszont csak egy személy lakik. Annak ellenére, hogy a négytagú család minden bizonnyal több közszolgáltatást fogyaszt, az adó mértéke meg fog egyezni a két ingatlan esetében. Ennek ellenére a szakértők többsége elfogadja az ingatlanadó kiemelkedő haszonelvűségét, az előbbi esetek kezelését pedig különféle kedvezményekkel, mentességekkel javasolják orvosolni.

Az ingatlanadóztatás nemzetközi tapasztalatai

Korábbi kutatásaim során hat ország (Nagy-Britannia, Németország, Kalifornia, Texas, Csehország, Észtország) ingatlanadóztatási gyakorlatát vizsgáltam. Ezen országok közül jelen tanulmányban a brit lakóingatlan-adót mutatom be, mivel a vizsgált megoldások közül ez a módszer lehet a leginkább alkalmazható a magyar viszonyok között.

Nagy-Britannia ingatlanadó-rendszere

Az Egyesült Királyságban (Észak-Írország kivételével) 1993. április 1-jén került bevezetésre a meglehetősen népszerűtlen fejadó helyett az azóta is működő értéksávokra kivetett egyösszegű lakóingatlan-adó, az ún. „council tax”. Az adóalap meghatározásához elkerülhetetlen értékelés egy az erre a célra létrehozott központi hivatal felelősségét képezi („Valuation Office Agency”).

A brit ingatlanadó lényege, hogy becsléskor az ingatlanokat egy múltbéli piaci érték alapján (1991. április 1-jei érték) nyolc (Walesben kilenc) értéksávba osztják, majd az azonos értéksávokba tartozó ingatlanokra azonos mértékű, egyösszegű adót vetnek ki. Ezáltal az adózó nem az ingatlan pontos piaci értéke, hanem kizárólag az értéksáv alapján fizeti meg az adót. Mindez úgy tűnhet, hogy az értékbecslést elavulttá, hiteltelenné teszi, ám ez az ingatlanok többsége esetén mégsem igaz. Ennek oka, hogy az ingatlanok piaci ára az egyes városrészekben körülbelül hasonló módon változik, azaz az értéksávon belüli ingatlanok értéke leggyakrabban együtt mozog. Ebből adódóan nem szükséges az ingatlanok gyakori újraértékelése, ami *jelentős adminisztrációs költség-megtakarítást* eredményez.

Az értékelés formájából adódó másik előny, hogy az *adó-alap nem az ingatlan piaci értéke*, hanem az adott értéksáv, így a lakosokra jutó adóteher kizárólag a helyi önkormányzat döntésétől függ, az ingatlanárak mozgása nem szignifikáns befolyásoló tényező. Harmadrészt meg kell említeni, hogy ez a becslési módszer a *lakosság számára is elfogadhatóbb*, hiszen az adó mértéke nem egy kalkulált forgalmi értéktől függ, hanem egy értéksávtól.

Ezen értéksávok határai minden esetben központilag adóztat, de régiós szinten eltérők, azaz más értékhatárokat állapítanak meg Angliában, Skóciában és Walesben is. Az egyes értéksávokra vonatkozó adó pontos mértékét minden évben a helyi önkormányzatok állapítják meg attól függően, hogy mennyi ingatlanadóból származó bevételre kívánnak szert tenni. Fontos azonban, hogy az egyes értéksávok egymáshoz viszonyított adóterhelése szintén központilag meghatározott, azaz például egy „A” értéksávba eső ingatlan az Egyesült Királyság területén minden esetben egy „D” értéksávba sorolt ingatlan adójának 6/9 részét köteles megfizetni. Az 1. táblázat az egyes régiókra jellemző értékhatárokat és az értéksávok egymáshoz viszonyított adóterhelését jeleníti meg.

Az adónem tehát legtöbb részletében a helyi igényeknek megfelelően alakítható ki, és emellett is számos előnnyel bír. Fontos azonban megjegyezni egy szignifikáns hátrányt is, mely a brit ingatlanadó erőteljes degresszivitása. Azon ingatlanok esetén, ahol az ingatlan értéke sávhatárok közelében helyezkedik el, ott kismértékű értékkülönbségre is nagymértékű adóteher-különbség juthat, melynek ellentételezésére az angol rendszer viszonylag kismértékben növeli meg a követő értéksávra kivetett adóterhet (azaz az ingatlanadót degresszívúvá teszi). Ez azonban ahhoz vezethet, amit a skóciai Edinburgh 2009–2010-es adatain is megfigyelhetünk, hogy például

1. táblázat. Az értéksávokra kivetett egyösszegű ingatlanadó az Egyesült Királyságban (értékhatárok angol fontban)

Sáv	Értékhatárok (Anglia)	Értékhatárok (Anglia)	Értékhatárok (Anglia)	Az adó mértéke (%)
A	40 000 vagy ez alatt	27 000 vagy ez alatt	44 000 vagy ez alatt	67
B	40 001-52 000	27 001-35 000	44 001-65 000	78
C	52 001-68 000	35 001-45 000	65 001-91 000	89
D	68 001-88 000	45 001-58 000	91 001-123 000	100
E	88 001-120 000	58 001-80 000	123 001-162 000	122
F	120 001-160 000	80 001-106 000	163 001-223 000	144
G	160 001-320 000	106 001-212 000	223 001-324 000	167
H	320 001 vagy e felett	212 001 vagy e felett	324 001-424 000	200
I	-	-	424 001 vagy e felett	233

Források: http://en.wikipedia.org/wiki/council_Tax, <http://www.local.communities.gov.uk/finance/ctax/ctax0910.pdf> adatai alapján

(lásd 2. táblázat) egy „H” értéksávba sorolt ingatlan körülbelül háromszor több adót fizet egy „A” értéksávos ingatlanhoz képest annak ellenére, hogy az ingatlanok értékének eltérése ennél jóval nagyobb mértékű is lehet.

2. táblázat. A council tax mértéke Edinburgh-ban (2009–2010)
(az értékek angol fontban)

Értéksáv	Ingatlan értéke	A council tax mértéke
A	27 000 alatt	779,33
B	27 001–35 000	909,22
C	35 001–45 000	1039,11
D	45 001–58 000	1169
E	58 001–80 000	1428,78
F	80 001–106 000	1688,56
G	106 001–212 000	1948,33
H	212 001 felett	2338

Forrás: http://www.edinburgh.gov.hu.uk/internet/Council/Council_tax_and_finance/Council_tax/CEC_council_tax_rates_2009_10

Ebből következően a „brit módon” kivetett ingatlanadó a szégyennebb rétegekre (akik jellemzően a legolcsóbb ingatlanokat lakják) jóval nagyobb terheket ró módosabb szomszédjaikhoz képest.

A brit módszer Magyarországon

Magyarország számára leginkább a brit modell alkalmazhatósága tűnhet kézenfekvőnek, hiszen képes kezelni a magyar értékalapú ingatlanadóztatás jelentette, főképp adminisztrá-

tív jellegű kihívásokat (pl. nem szükséges az ingatlanok pontos értékelése és gyakori újraértékelése sem ebben a rendszerben), és éppúgy részben a lakossági ellenállást is (mivel az értéksáv nem pontos értékmeghatározás, így a fellebbezések száma is csökkenhet).

Az érték alapú ingatlanadó Magyarországon

Fontos kérdés, hogy az adó- és az ingatlanszakma miként vélekedett az érték alapú ingatlanadó 2010-es magyarországi megvalósításáról, illetve hogy az ingatlanadó miként illeszkedett a cikk első felében bemutatott rendszerek közé, és mennyiben felelt meg az ingatlanadóztatás elméleti célkitűzésének (azaz a haszonelvű adóztatás érvényre juttatásának), melyekről már szintén volt szó a korábbiakban. A következőkben a megvalósítás öt vitatható pontja kerül bemutatásra.

I. Az ingatlanadó központi jellege. A vizsgált országok ingatlanadóztatási rendszere egyaránt helyi adóként kezeli az ingatlanadót. Ezzel kapcsolatban meg kell említeni, hogy számos előnnyel jár a helyi adók kivetése: helyi szintű elszámoltathatóság növekedése, csökkenő függés a központi kormányzattól, stabil, tervezhető bevételek az önkormányzatok számára, közszolgáltatások árazása a tényleges költségek alapján stb. A legfőbb érv az ingatlanadó helyi kivetése mellett az, hogy egyrészt az ingatlan értéke erősen korrelál a helyi közszolgáltatások értékével, így helyi szintű adóztatásnál a közszolgáltatások ára tükröződni fog a kivetett adó mértékében, másrészt egy ingatlan értékének meghatározásában célszerű a helyi önkormányzatoknak eljárni. Vámosi-Nagy

Szabolcs (2010) szerint „*azt feltételezni, hogy mondjuk az APEH Közép-magyarországi Régiós Igazgatóság budapesti irodájából rájönnek arra, hogy Lóréven van nagy értékű ingatlan – finoman szólva naivitás*”. Magyarországon viszont éppen ezt írta elő a törvény, azaz az önbevallás alapján becsült forgalmi érték helyességét az APEH ellenőrizte volna mint értékelő hatóság. Kérdéses továbbá, hogy az APEH képes lenne-e egyáltalán több mint 4 millió ingatlan értékbecslésének ellenőrzésére, és akár több százezer lakás végiglátogatására is.

II. *Az önbevallás kérdőjelei.* Szalai Ákos (2009) szerint az önbevallás a törvény által előírt formában kifejezetten hátrányos lett volna az adózóra nézve. Az adózónak ugyanis pontosan tisztában kellett volna lennie ingatlana forgalmi értékével. Mindezt még a vizsgálat tárgyát képező amerikai államokban sem várták el, ahol pedig az emberek jóval gyakrabban váltanak lakóhelyet életük folyamán, mint Magyarországon, így inkább tisztában vannak a piaci viszonyokkal. Amennyiben pedig az adófizető 10%-nál nagyobbat téved, abban az esetben bírságot lehetett volna, de a pontos forgalmi értéket sem értékbecslők, hanem APEH-alkalmazottak állapították volna meg. Az APEH érvelése szerint azonban mindez nem probléma, hiszen 10%-os hibahatáron belül becsült a törvényben leírt számítottérték-módszer az esetek nagy többségében.

III. *A számított érték hibahatára.* Az előbbi állítást célszerű a gyakorlatban is megvizsgálni. Az értékelő függvényt (és az abból elkészített ingatlanadó-kalkulátort) 2008-tól kezdődően 800 000 ingatlantranzakció adataiból alkották meg értékbecslők, programozók és adóhatósági szakemberek (Baksa, 2010). Az APEH is elismerte, hogy bizonyos sajátosságokat nem kezel a módszer, például nem különbözteti meg a földszinti és első emeleti ingatlanokat (pedig az utóbbi értéke magasabb), nem képes kezelni az egyes kiugró (pl. nagyon divatos, így

drága) utcák adatait, mint amilyen például a környékükhöz képest nagyon drága Andrássy vagy Stefánia út, de a módszer arra jó, hogy az adófizető, amennyiben használja a kalkulátort, elkerülje az adóbírságot.

Az Otthon Centrum felmérést (Anonimus 1, 2009) végzett a 2008 májusa és 2009 áprilisa közötti 27 millió forintot meghaladó értékű (30 millió – 10%) eladott, használt (új építésű ingatlanok esetén a kalkulátor erőteljesen alulárázott), budapesti ingatlanok alapján a számított érték megbízhatóságával kapcsolatban. A felmérés eredménye a 3. táblázatban látható, amelyből kiderül, hogy a számított érték pozitív és negatív irányban is eltérhetett a valós, piaci értéktől, az eltérés átlagos mértéke pedig meglehetősen alacsony, –2% volt (azaz a számított érték átlagosan 2%-kal becsülte túl az ingatlanok valós, piaci értékét), a szóródás okozott inkább problémákat. Kühne Kata (2009), az Otthon Centrum Franchising Kft. ügyvezető igazgatója szerint: *„Az egyes kerületeken belül gyakran hatalmas különbségek vannak, amit a törvénytervezet nem vesz figyelembe. (...) A változatos képű és lakásállományú kerületek esetében mindenképpen igazságos lenne 3-4 külön övezetet meghatározni, egyenként rájuk jellemző átlagos négyzetméterárral. Így elkerülhető lenne, hogy a forgalmi érték alapján nem adóköteles ingatlanokra adót vessenek ki.”*

3. táblázat. A tranzakciós ár %-os eltérése a számított értéktől, a megfelelő esetszámú kerületek alapján

I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	IX.	XI.
-4	-8	-5	-14	36	26	-1	-2
XII.	XIII.	XIV.	XVI.	XVII.	XVIII.	XX.	XXII.
-13	-12	-2	1	-44	-13	-30	-15

Forrás: http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/06/08/a_piac_nem_igazolja_a_ingatlanado/

Az Otthon Centrum elemzéséből az is kiderült, hogy a kerületek többségében túlbecsülte az értékeket a kalkulátor, köztük is erőteljesen a budai kerületekben. Ennek oka, hogy ezen kerületek átlagármutatóit jellemzően az új építésű, magas presztízssú ingatlanok alapján számolták, de a kerületek ingatlanainak többsége régi, volt önkormányzati bérlakásból áll, ahol ezek az értékek jóval alacsonyabbak. A legerőteljesebb túlbecslések azonban néhány periférikusabb, pesti, kertvárosi kerület esetén adódnak. Ennek oka, hogy ezen területeken jellemzően jóval nagyobb ingatlanok épülnek (200 m² körül), és a kerületi átlagérték szorozva a hasznos alapterülettel ebben az esetben jóval túlbecsüli az ingatlan piaci értékét.

A számított és a forgalmi érték eltéréséhez kapcsolódóan Nagy Vince, neves ingatlanszakértő is kifejtette a véleményét egy interjú keretében (2010. március 16.). Az Otthon Centrum szakértőinek álláspontjához hasonlóan szerinte is a legszembevetőbb probléma a területi átlagos négyzetméterértékekhez, azaz az alapértékekhez köthető. Elmondása szerint a budapesti kerületek esetén még a 3-4 övezet elhatárolása is jelentős torzításokat hagyna a rendszerben, hiszen szignifikáns különbség lehet egy főútvonal ingatlanértékei és egy ezen főútvonalról nyíló csendes mellékutca ingatlanértékei között. (Ez a tényező még erőteljesebben jelentkezik a budai zöldövezetben, ami további magyarázattal szolgál a II., XII. kerületi ingatlanok forgalmi értékének erőteljes szóródására.) Célszerű lenne tehát jóval diverzifikáltabban (akár utcákra lebontva) vizsgálni ezen átlagos kiinduló értékeket.

Véleménye szerint továbbá a korrekciós tényezők között érdemes lenne még további szempontokat figyelembe venni, különösen avégett, hogy a korrekciós tényezők együttesen akár egy ingatlan forgalmi értékét az alapértékhez képest 30-40%-kal is módosíthatják. Az első hiányzó tényező az in-

gatlan fekvése lehet, mely egy budai kerület esetén (az előbb kifejtett hatáson túl) részben a panorámában nyilvánulhat meg, de még fontosabb az infrastruktúra és a megközelíthetőség hatásának felmérése (tömegközlekedés, iskola, óvoda, kórház, városközpont, így munkahely távolsága stb.). Például Máriaremete vagy Hűvösvölgy északi részének (II/A körzet) jellemzői nem térnek el jelentős mértékben Rózsadomb vagy Pasarét adottságaitól, kivéve ebben az egy sajátosságukban, amelynek hatására azonban az ottani ingatlanok értéke jóval mérsékeltebb. Ez a tényező az ingatlanok értékére jóval erősebb hatást gyakorol, mint például a törvénybe bekerült úszómedence méretéhez kapcsolódó korrekciós tényező.

További probléma, hogy a számított érték meghatározásakor nem veszik figyelembe az úgynevezett „átalakított lakás” diszkontját. Azon régen (általában a XIX., XX. század első felében) épített lakások, melyeknél egyetlen lakásból átalakítás révén alakítottak ki társasházat (volt belvárosi bérházak, egyes külvárosi régi villák tipikus jellemzője), olyan közművekhez kapcsolódó problémák merülnek fel (újjonnan kialakított vizesblokkbekötések, csatorna- és gázszolgáltatási problémák), amelyek a lakás korán túl még külön negatív irányban befolyásolják az ingatlan piaci értékét.

Összefoglalva a számított érték jó kiindulópontot, a laikus adófizető számára megfelelő iránymutatást nyújt és átlagosan jó becslést ad a piaci értékre, de a kiemelkedő szórás miatt például Budapesten (ahol az adóköteles ingatlanok többsége fekszik) egyedi szinten nagyon szélsőséges eredményre vezethet, így pedig a forgalmi érték alapjául nem célszerű felhasználni, amennyiben el kívánjuk kerülni a későbbi adóhátralékokat, bírságokat. Azaz az önbevallás erőteljes nehézségekbe ütközik.

IV. A kivételek köre – az szja-levonhatóság hiánya. A törvény számtalan kivételt, mentességet és kedvezményt nyújt az ingatlanadó megfizetése alól. Ezen kivételek jelentős része (az öregekre, rászorulókat támogatására, családi kedvezményre, egyházi és közcélú, állami ingatlanokra stb. vonatkozó) összhangban áll a nemzetközi gyakorlattal, a vizsgált országok hasonló könnyítéseket biztosítanak a potenciális adóalanyok számára. A szakértők által leginkább hiányolt kedvezmény Magyarországon az aktív dolgozókhoz kapcsolódik. Az ingatlanadó kormányzati kommunikációjában visszatérő elem, hogy az ingatlanadó által olyanok is fognak fizetni, akik eddig kibújtak az adófizetés alól és nagy értékű ingatlanjaikat feketén szerzett jövedelemből építették. Az ingatlanadó elmélete alapján azonban megkérdőjeleződik, hogy egyáltalán lehet-e orvosság ez az adónem a feketegazdaság ellen, de amennyiben mégis elfogadjuk, hogy igen, akkor kérdéses, hogy ebben az esetben miért nem vonható le a befizetett ingatlanadó a személyi jövedelemadóból, hiszen ebben az esetben valóban elérhette volna a fenti célt (Vámosi-Nagy, 2010).

V. A progresszív ingatlanadó. A vizsgált országok ingatlanadó-rendszerei közül egyik sem alkalmaz progresszív kulcsokat (sőt a bemutatott brit council tax egyenesen degresszív). Ennek oka, hogy a nemzetközi gyakorlat szerint ennek az adónemnek az alapvető célja sosem a gazdagok adóztatása, hanem a haszonelvű adózás érvényre juttatása. Haszonelvűség szempontjából tehát a progresszív ingatlanadó meglehetősen méltánytalan.

Összefoglalás

A 2010-es, általános lakóingatlanokat terhelő adó legfőbb célja az adózók körének szélesítése volt, alkotmányossági okokból azonban 26 nap után eltörlésre került. A szakértők egyetértettek az ingatlanadó szükségességével, de véleményük (valamint a vizsgált elméletek és nemzetközi tapasztalatok) szerint számos ellentmondást is felvetett volna a magyarországi ingatlanadó 2010-es megvalósítása. Fontos azonban figyelembe venni, hogy a vagyoadóztatás (így az ingatlanadó) képes megteremteni a lehetőséget egyéb, például a munkára rakódó adóterhek csökkentésének irányában, ami a jelen gazdasági környezetben az egyik elsődleges kihívás a magyar közteherviselés rendszerében.

Felhasznált források

Cullis, J. – Philip, J. (2003): Közpénzügyek és közösségi döntések. Aula Kiadó, Budapest.

Szalai Ákos (2001): Az értékalapú ingatlanadó Magyarországon. Magyar Közigazgatás, 2001. április, 213–229.

Internetes források

Anonimus 1 (2009): A piaci szerint nem stimmelnek az ingatlanadós számítások, http://index.hu/gazdasag/magyar/2009/06/08/a_piac_nem_igazolja_a_ingatlanado/ (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Baksa Roland (2010): Nem az APEH-től fogja megtudni, mennyit ér a lakása, http://index.hu/gazdasag/magyar/2010/01/12/galibat_okoz_a_vagyonado-kalkulator/ (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Otthon Centrum (2009): Ingatlanadó-számítási anomáliák. Távol a valós piaci áráktól? 2009. 06. 08., <http://www.oc.hu/ingatlanpiac/776>. (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Szalai Ákos (2009): Ilyen állat sajnos van: a magyar ingatlanadó, <http://www.portfolio.hu/cikkek.tdp?k=3&i=117516> (letöltés ideje: 2010. 03. 14.).

Vámosi-Nagy Szabolcs (2010): Lesz-e még valaha ingatlanadó?, http://index.hu/gazdasag/penzbeszel/2010/02/02/egy_rossz_ab_dontesrol/ (letöltés ideje: 2010. 03. 10.).

Waisanen, Bert (2007): The property tax shuffle, <http://www.thefreelibrary.com/The+property+tax+shuffle:+some+states+have+made+major+changes+in...-a0164423358> (letöltés ideje: 2009. 10. 18.).

Interjúk

Nagy Vince a budapesti székhelyű Pillér Ingatlan Forgalmazási, Értékelési és Műszaki Szaktanácsadási Bt. tulajdonosa, ügyvezetője, ingatlanszakmai tapasztalata sok évtizedes múlttra tekint vissza mind az ingatlanok értébecslésére, mind pedig ingatlanbefektetésekre, adásvételére vonatkozóan. Az interjút 2010. március 16-án készítettem.

A tanulmány a szerző azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Mohl Gergely

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Számvitel szekcióban I. helyezést ért el.

Balog Dóra

Kockázat alapú tőkeallokáció – alkalmazások és módszerek

A tanulmány a pénzügyi vállalkozásokban alkalmazott belső tőkeallokációt vizsgálja. A tőkeallokáció a kockázatok fedezésére szükséges tőkének az egyes üzletágakra, portfólióelemekre való felosztásának folyamata. A Bazel II Tőkeegyezmény bevezetésével és a pénzügyi piacok szabályozásának szigorodásával párhuzamosan a tőkeallokáció egyre nagyobb szerephez jut napjainkban. A tanulmányban a kockázatméréssel és tőkeallokációval kapcsolatos legfontosabb alapvető kérdések áttekintése után hat lehetséges módszert vizsgáltam. Arra próbáltam választ adni, hogy van-e olyan ezek között, amelyik egyrészt kedvező tulajdonságokkal rendelkező elosztását adja a teljes kockázatnak, másrészt a számítása sem túlzottan bonyolult – mindezek alapján tehát javasolható a gyakorlati használatra. Az eredményeket összefoglalva bemutatom, hogy létezik a fenti kritériumoknak megfelelő módszer: ez az Expected Shortfall kockázatmérték mellett alkalmazott Euler-módszer. A tanulmány a módszerek vizsgálatára és a kutatási eredményekre helyezi a hangsúlyt.

Tőkeallokáció

Allokációs elven egy olyan vektorértékű leképezést értünk, amely egy $N = \{1, 2, 3, \dots, n\}$ portfólióhoz adott ρ kockázat-mérték mellett hozzárendeli azt a vektort, melynek $\rho(X_i | X)$ elemei az egyes portfóliókra allokkált tőkét jelentik. A következőkben áttekintem, hogy milyen tulajdonságokat várhatunk el az alkalmazott tőkeallokációs módszerektől.

Teljes szétoztás:
$$\sum_{i \in N} \rho(X_i | X) = \rho(X)$$

Magbeliség:
$$\sum_{i \in M} \rho(X_i | X) \leq \rho\left(\sum_{i \in M} X_i\right)$$

Szimmetria: ha bármely $M \subset N \setminus \{i, j\}$ részhalmazhoz hozzáadva az i vagy a j portfóliót, minden esetben ugyanannyival emelkedik a tőkekövetelmény, akkor $\rho(X_i | X) = \rho(X_j | X)$ kell, hogy legyen.

Kockázatmentes allokáció: $\rho(\alpha * B) = -\alpha$, ahol B az egységnyi kockázatmentes befektetéshez tartozó diszkontfaktor és α a kockázatmentes eszköz adott egységnyi értéke a vizsgált időhorizonton.

A teljes szétoztás követelménye természetes: az egyes portfóliókra allokkált tőkék összege meg kell, hogy egyezzen a teljes portfólió tőkekövetelményével. A magbeliség* a játékelméletből jól ismert fogalom. Meglehetősen logikusnak tűnik, hogy a tőkeallokáció kérdését játékelméleti problémaként tárgyal-

* A mag, illetve a magelosztás fogalmak definíciója megtalálható Forgó és szerzőtársai (2006) jegyzetében.

jük. A gazdasági tőke valamilyen kockázatmentes eszközbe való befektetést jelent, ezek tartása viszont – alacsony vagy zéró hozamuk miatt – költséget jelent. A tőkeallokáció során tulajdonképpen tehát egy költségjátékkal állunk szemben. A magbeliség követelménye azt fejezi ki, hogy minden egyes portfólióelemnek és az ezekből álló „koalícióknak” legfeljebb ugyanannyi kockázatot kell, hogy viseljen a „nagykoalíció”, vagyis a teljes portfólió részeként, mint amennyivel önállóan rendelkezne. Egyéb esetben ugyanis lenne olyan koalíció, melynek érdekében állna az N nagykoalícióból kilépve különálló szereplőként folytatnia a tevékenységét. Persze tény, hogy valószínűleg a bank egyik üzletága sem tud kiválni a bankból, ennek ellenére az elosztás igazságossága miatt fontos, hogy az allokáció eleget tegyen ennek a követelménynek. Ráadásul, ha épp nem üzletágak kockázatának meghatározására használunk egy allokációs módszert, hanem például egyéni teljesítményértékeléshez, akkor már valós veszélyt jelent, hogy egy adott menedzser felmond, elhagyja a bankot. A harmadik követelménnyel, a *szimmetria* elvárásával azt biztosítjuk, hogy az egyes eszközökre jutó kockázat csakis annak a teljes portfóliókockázatához való hozzájárulásától függjön, mástól ne. A *kockázatmentes allokáció axióma* jelentése is világos: egységni kockázatmentes eszközt (például készpénzt) hozzáadva a portfólióhoz, az arra allokált tőke ugyanannyival csökkenthető. A második, harmadik és negyedik axiómát együttesen Denault (2001) a *koherens tőkeallokáció követelményeinek* nevezte el, a koherens kockázatmértékek definíciójához hasonlóan.

Buch és Dorfleitner (2007) megmutatták, hogy koherens kockázatmérték mellett a szimmetria követelménye csak akkor teljesül, ha a kockázatmérték lineáris. Lineáris kockázatmérték mellett viszont nem léphet fel diverzifikációs hatás,

ami pedig az egyik leglényegesebb eleme a kockázat alapú belső tőkeallokációnak. Emiatt a későbbi vizsgálataimban nem várom el a vizsgált módszerektől, hogy eleget tegyenek a szimmetria követelményének.

A fent tárgyaltakon kívül megemlítendő még egy tulajdonság, melynek elvárása indokolt lehet az allokációs módszerekkel szemben. A RORAC*-kompatibilitás követelménye akkor válik relevánssá, ha a kockázat szétosztása után a kapott eredményt teljesítményméréshez is fel kívánjuk majd használni. Röviden összefoglalva ennek lényege, hogy ha egy olyan új eszközt adunk a portfólióhoz, melynek RORAC-ja nagyobb, mint az eredeti portfólióé, akkor az új portfólió RORAC-ja is emelkedjen az eredetihez képest.

Tőkeallokációs módszerek

A következőkben áttekintek néhány, a legismertebbek közé tartozó tőkeallokációs módszert. Ezeket teljesen általánosan, a kockázatomérték specifikálása nélkül definiáljuk, holott a továbbiakban csak az Expected Shortfallt** (továbbiakban ES) fogom kockázatomértékként használni. A módszerek közül az első ötöt Homburg és Scherpereel (2007) cikke alapján mutatom be, emellett pedig egy hatodikat – a Tasche (2008) által is vizsgált Euler-módszert – is vizsgálók.

* RORAC (return on risk adjusted capital) a kockázattal kiigazított tőkére jutó hozamot jelöli.

** Az Expected Shortfall egy koherens kockázatomérték, amely egy adott szignifikanciaszint $(1-\alpha)$ mellett azt mutatja meg, hogy mennyi a veszteség várható értéke az esetek legrosszabb $\alpha\%$ -ában. Bővebben az eredeti tudományos diákköri dolgozatban mutattam be a módszert.

Egyéni kockázattal arányos módszer (activity based method)

Lényege, hogy a közös kockázatot az egyes portfólióelemek egyedi, a többi elemtől független kockázatának arányában osztja szét:

$$(1) \quad \rho(X_i|X) = \frac{\rho(X_i)}{\sum_{j=1}^n \rho(X_j)} \cdot \rho(X)$$

A módszer komoly hátránya, hogy nem veszi figyelembe az egyes eszközök közötti függőségi struktúrát, így nem „jutalmazza” kisebb kockázati hozzájárulásokkal azokat az eszközöket, melyek negatívan korrelálnak a portfólió többi részével.

Béta-módszer

Jelölje $Cov(X_i, N)$ az i -edik divízió és a teljes N portfólió kovarianciamátrixát. Mint ismert, az i -edik divízió teljes portfólióra vonatkozó bétája a következőképpen számítható:

$$\beta_i = \frac{Cov(X_i, N)}{\sigma(N)^2}.$$

Ekkor az X_i divízió kockázata:

$$(2) \quad \rho(X_i|X) = \beta_i \cdot \rho(X).$$

Amennyiben egy pénzügyi intézetet tekintünk és ennek üzletágaira szeretnénk meghatározni az allokált tőkét, nem jelent megkötést, ha a portfólióban szereplő eszközök közül egynek vesszük mindegyiknek a súlyát. Ebben az esetben a béták össz-

szége 1, egyébként viszont a módszert módosítani szükséges annak érdekében, hogy az egyes eszközökre allokált kockázatok összege kiadja a teljes portfólió kockázatát:

$$(3) \quad \rho(X_i|X) = \beta_i \cdot \frac{\rho(X)}{\sum_{i=1}^n \beta_i}$$

Növekményi módszer

A növekményi módszerről többek között Jorion (2001) Value at Risk című könyvében olvashatunk bővebben. Az egyes divíziók által okozott kockázatnövekményt adott K koalíció mellett a következőképpen definiáljuk: $\Delta(X_i|K) = \rho(K) - \rho(K \setminus X_i)$ minden $K \in N$ koalícióra és $X_i \in K$ -ra, ahol $\rho(\emptyset) = 0$.

Ez alapján a növekményi módszer szerint az egyéni kockázattal arányos módszerhez hasonlóan adjuk meg az egyes divíziókra allokált tőkét:

(4)

$$\begin{aligned} \rho(X_i|X) &= \frac{\Delta\rho(X_i|N)}{\sum_{j=1}^n \Delta\rho(X_j|N)} \cdot \rho(X) = \Delta\rho(X_i|N) + \\ &+ \frac{\Delta\rho(X_i|N)}{\sum_{j=1}^n \Delta\rho(X_j|N)} \cdot \left(\rho(X) - \sum_{j=1}^n \Delta\rho(X_j|N) \right), \end{aligned}$$

ahol a második felírásra a következő, cost gap módszerrel való könnyebb összehasonlíthatóság miatt volt szükség.

Cost gap módszer

A növekményi módszer kis módosításával jutunk a cost gap módszerhez, mellyel a következőképpen kaphatjuk meg az egyes egységekre allokalált tőkét:

(5)

$$\rho(X_i|N) = \left\{ \begin{array}{l} \Delta \rho(X_i|N), \text{ ha } \rho(X) - \sum_{i=1}^n \Delta \rho(X_i) = 0 \\ \Delta \rho(X_i|N) + \frac{\gamma_i}{\sum_{k=1}^n \gamma_k} \cdot \left(\rho(X) - \sum_{i=1}^n \Delta \rho(X_i) \right), \text{ egyébként} \end{array} \right\},$$

$$\text{ahol } \gamma_i = \min_{0 \neq K \subset N, i \in K} \left\{ \rho(K) - \sum_{j \in N} \Delta \rho(X_j|N) \right\} \geq 0.$$

Tehát amennyiben a kockázatnövekmények összege kiadja a teljes kockázatot, akkor ez lesz az elosztás – ez esetben a cost gap és a növekményi módszer ugyanazt az eredményt adja. Egyébként pedig mindkét esetben egy korrekciós tényező garantálja, hogy az egyes egységekre allokalált tőkék összességében kiadják a teljes kockázatot, eltérés csak a korrekció módszertanában van. Ugyanakkor – mint majd látni fogjuk – ez az első ránézésre jelentéktelen módosítás meglehetősen nagy eltérést okoz abban, hogy melyik módszer milyen arányban eredményez magallokációt.

Shapley-módszer

A Shapley-módszer a költségjátékok során igen gyakran használt eszköz, számos kedvező tulajdonsággal rendelkezik (például konvex játékok esetén mindig magbeli megoldást

ad). Ugyanakkor egy igen komoly hátránya is van: háromnál több játékos esetén már meglehetősen bonyolult a számítása (ez igaz a növekményi és a cost gap módszerre is). Shapley (1953) arra kereste a választ, hogy létezik-e olyan érték, amely egyértelműen reprezentálja azt a hasznosságot, amelyet a játékosnak a játékban való részvétel okoz. A módszer a teljes költséget az adott egység által okozott költség-növekmények súlyozott átlagaként adja meg (továbbra is a növekményi módszer-nél definiált kockázat-növekménnyel számolunk):

$$(6) \quad \rho(X_i|X) = \sum_{K \subseteq N, i \in K} \frac{(|K|-1)! \cdot (n-|K|)!}{n!} \cdot \Delta p(X_i|K)$$

minden $i=1, \dots, n$ -re, ahol $|K|$ a K koalícióban lévő divíziók számát jelenti.

Gradiens (vagy Euler-) módszer

A gradiens módszer tárgyalásához vezessük be a következő jelöléseket. Először fejezzük ki a portfóliót az azt alkotó eszközök súlya és az egyes eszközök értékének szorzatösszegeként:

$$X = Y(u) = Y(u_1, \dots, u_n) = \sum_{i=1}^n u_i Y_i$$

Legyen $f_{p,Y} = \rho(Y(u))$ első fokon homogén (ez most nem jelent megkötést, hiszen a koherens kockázatmértékek ilyenek). Az egy egységnyi befektetésre jutó kockázatot a következőképp kapjuk:

$$(7) \quad \rho(Y_i|Y) = \frac{d \rho(Y + hY_i)}{dh} \Big|_{h=0} = \frac{d f_{p,Y}(1, \dots, 1)}{du_i}$$

feltéve, hogy $f_{p,Y}$ folytonosan differenciálható.

Amennyiben tehát $f_{\rho,Y}$ folytonosan differenciálható, valamint első fokon homogén, alkalmazható rá az Euler-tétel:

$$(8) \quad f_{\rho,Y} = \sum_{i=1}^n u_i \frac{d f_{\rho,Y}(u)}{du_i},$$

így – visszatérve a korábban használt jelölésemhez – erre a módszerre is teljesül, hogy

$$(9) \quad \rho(X) = \sum_{i=1}^n \rho(X_i|X) = \sum_{i=1}^n u_i \cdot \rho(Y_i|Y).$$

Az ES (bizonyos feltételek mellett) differenciálhatóságát Tasche (2000) vizsgálta. Eredményei alapján a derivált – amennyiben létezik – a következő egyenlet jobb oldalán látható formában megadható:

$$(10) \quad \rho(X_i|X) = E(X_i|X \leq F^{\leftarrow}(\alpha)),$$

ahol $F^{\leftarrow}(\alpha)$ az általánosított inverz függvényt jelöli.

A különböző tőkeallokációs módszerek vizsgálata

A vizsgálat során arra kerestem a választ, hogy az ES-t választva kockázati mértéknek milyen tulajdonságokkal rendelkeznek az ismertett allokációs módszerek: elsősorban pedig arra voltam kíváncsi, hogy az adott módszer eleget tesz-e a magallokáció követelményének. A vizsgálatot szimulációval végeztem.

Feltételeztem, hogy a portfólió mindössze három eszköz-ből áll. A szimuláció során alapvetően kétféle technikát alkalmaztam. Első lépésben véletlenszerűen megadott korrelációs struktúrának megfelelően különböző eloszlásokból (normális, majd t-eloszlás) generált hozamokkal dolgoztam. Ehhez kovarianciamátrixokat generáltam (pontosabban először Cholesky-mátrixokat), majd ez alapján véletlen hozamidősorokat állítottam elő. Így többváltozós normális, illetve t-eloszlású idősorokat kaptam. Ezután mindössze arra volt szükség, hogy kiszámítsam a szükséges tőketartalékot a fent tárgyalt módszerek segítségével. Végül azt vizsgáltam, hogy a kapott eredmény magallokáció-e: kiszámítottam, hogy a nagykoalícióban (ez alatt a háromelemű portfóliót értem) mennyi az egyes eszközökre, valamint a kételemű koalíciókra allokalált tőke, majd arra a kérdésre kerestem a választ, hogy van-e olyan koalíció, mely kiválva a nagykoalícióból kevesebb kockázattal rendelkezne. A vizsgálat során (a számítási időt és az eredmény stabilitását figyelembe véve) 5000 darab Cholesky-mátrixot, és ezek mindegyikéhez egy-egy 500 elemű véletlen hozamsort generáltam (évi 250 nappal számolva ez kétévnyi adatot jelent, amit már elegendőnek találtunk), azt vizsgálva, hogy a fent tárgyalt módszerek közül melyik hány százalékban ad magbeli elosztást.

A normális eloszlással való modellezésről a vastag szélű eloszlások stilizált ténye miatt volt szükséges továbblépnem a t-eloszlás felé. Ez azonban még mindig nem írja le jól a valós hozamok viselkedését a szimultán extrém hozamok miatt – így végül a Clayton-kopula* segítségével állítottam elő az idősorokat. A Clayton-kopulát azért választottam, mert a valós hozamoknál jellemzően alsó szélfüggőség figyelhető meg (ezt ragadja meg a Clayton-kopula): a korreláció válságos idők-

* A kopula definíciója és fontosabb tulajdonságai az eredeti TDK-dolgozatban megtalálhatók.

ben szignifikánsan megnő az átlagos időszakokhoz képest. Mivel azonban a többváltozós Clayton-kopula csak pozitívan korreláló változókat tud előállítani, az eredeti verzió mellett kisebb módosításokkal is elvégeztem a vizsgálatot: a három szimulált idősor mindegyikét véletlenszerűen megszoroztam plusz vagy mínusz eggyel (az eredményeknél ezt Clayton-kopula II-vel jelöltem). Így kezelni tudtam a pozitív korreláció problémáját, viszont részben elveszett a Clayton-kopula lényege, vagyis az, hogy a korreláció a válságos időszakokban lesz magasabb. Ugyanakkor tekintsük például a 2008. októberi eseményeket, amikor párhuzamosan zuhantak a hazai részvényárfolyamok és a forint. Ekkor egy olyan portfóliót tekintve, amely hazai részvényekből és külföldi devizákból állt, pont az volt megfigyelhető, hogy még a részvényeken extrém nagy veszteség keletkezett, addig a devizákon hasonló mértékű nyereséget lehetett realizálni.

Eredmények

Értelemszerűen egy módszert annál jobbnak értékelünk, minél közelebb áll 100%-hoz azon esetek aránya, melyekben az adott elosztási szabály magallokációt eredményezett. Az 1. táblázatban együtt szerepeltetem a különféle vizsgálati módszerekkel kapott eredményeket. A vizsgálatot három szignifikanciaszint mellett is elvégeztem (84,13%, 95%, 99%), mivel azonban nem adódott jelentős eltérés ezek között, az alábbiakban 99%-os szignifikanciaszintre adom meg az eredményeket. A táblázat tartalmazza Homburg és Scherpereel (2007) eredményeit is, valamint az összehasonlíthatóság végett én is elvégeztem a szimulációt VaR* kockázatmérték mellett is.

* VaR (value at risk): kockázatkezelési eljárás, melynek keretében különböző valószínűségek és időintervallumok esetén a VaR-mutató egy küszöbértéket ad, mely a várható veszteségnek a mértékét jeleníti meg.

1. táblázat. A magallokációt eredményező kimenetek aránya az egyes módszerekénél

$\alpha=99\%$	Béta-módszer	Cost gap	Shapley	Egyéni kockázattal arányos	Növekményi	Euler
Homburg & Scherpereel ($\alpha=84,13\%$)	100%	100%	90,1%	66,1%	48,2%	-
Delta-normál VaR	100%	100%	68,8%	37,9%	23,4%	-
Historikus VaR	62,6%	91,7%	64,5%	38,5%	20,9%	-
Normális eloszlás	66,2%	99,9%	65,2%	37,8%	22,3%	100%
T-eloszlás	55,3%	99,7%	62,9%	36,3%	21,5%	100%
Clayton-kopula I.	83,3%	100%	99,6%	95,3%	96,4%	100%
Clayton-kopula II.	76,2%	99,3%	89,3%	70,8%	51,4%	100%

Mint látszik, a Clayton-kopula alkalmazásakor (a táblázatban Clayton-kopula I-ként szerepel) az előzőktől igencsak eltérő eredményt kaptam: a legrosszabb arány is 83,3% volt, ez a kockázat kopulákkal (legalábbis a Clayton-kopulával) való modellezésének veszélyeire hívja fel a figyelmet. A kockázat becslésekor ugyanis a veszteségekre, az eloszlás bal szélére koncentrálnunk (a VaR és az ES kockázatmértékek mellett is), a Clayton-kopula mellett pedig éppen ez az, ahol a hozamok együtt mozgása erősödik, a korrelációs együttható egyhez tart. Ezért volt szükség a fent részletezett II. jelű futtatásra is.

Megállapíthatjuk, hogy a többi módszer eredményeit messze felülmúlja a cost gap és Euler-módszer az ES kockázatmérték mellett. A legtöbb esetben a növekményi és az egyéni kockázattal arányos módszer gyengének mondható teljesítményt nyújtott. Ezek előtt a sorban a Shapley, valamint a béta-módszer következett, melyek mind a historikus VaR, mind a normális és t-eloszlás és ES mellett az esetek nagyjából 60%-ában adtak kedvező elosztást. Ez azonban még mindig nem elég jó teljesítmény ahhoz, hogy a gyakorlati felhasználásra javasolhatók legyenek a módszerek.

Az 1. ábrán szemléltetem, hogy hogyan alokálják az egyes módszerek a kockázatot a három eszközre és kombinációikra. Az ábrán bemutatott esetben t-eloszlásból generált hozamokkal, 99%-os szignifikanciaszint mellett és az alábbi (tetszőlegesen választott) korrelációs együtthatókkal számoltam: $\rho_{12} = 0,5$; $\rho_{23} = 0,5$; $\rho_{13} = -0,5$, a szórás pedig minden eszköz esetén 1 volt.

A fenti esetben az Euler- és a cost gap módszerek magallokációt eredményeztek, a többi viszont nem. A növekményi módszer a 2. eszköz esetén sértette meg a magallokáció feltételét, a Shapley és az egyéni kockázattal arányos módszernél az 1. és 3. eszközből álló koalíció volt problémás, a béta-módszer

A módszerek teljesítményeinek összehasonlítására visszatérve láttuk, hogy a két legjobban teljesítő módszer a cost gap és az Euler-módszer volt. Az utóbbi kettő között is jelentős különbség adódik azonban, ha nem csak annak alapján hasonlítjuk össze őket, hogy milyen arányban adnak magbeli elosztást. A gyakorlati felhasználás során ugyanis az is fontos szempont, hogy mennyire egyszerűek, könnyen alkalmazhatók az egyes allokációs szabályok. Ez alapján pedig egyértelműen az Euler-módszer alkalmazását javaslom, mellyel mindössze az adott eszköz átlagos hozama számítandó azon esetekben, amikor a teljes portfólió vesztesége meghalad egy adott szintet. Ez az eszközök tetszőlegesen nagy száma mellett is igen egyszerű feladat. Ezzel szemben a cost gap módszerrel három-négy eszköz esetén még viszonylag könnyen meghatározhatók a növekmények és a korrekciós tényezők, több eszköz esetén azonban a számításigény hamar igen nagyra nő. Mindemellett az Euler-módszer további igen kedvező tulajdonságokkal is rendelkezik, ha a kockázatot ES (vagy bármilyen más koherens) kockázatmértékkel számítjuk. Buch és Dorfleitner (2007) megmutatták, hogy gradiens módszerrel számítva az egyes eszközökre jutó tőkét a koherens kockázatmérés és a koherens tőkeallokáció axiómái között a következő kapcsolatok állnak fent:

- Amennyiben a ρ kockázatmérték szubadditív, akkor magallokációt kapunk.
- Ha ρ transláció invariáns, akkor az allokációra teljesül a kockázatmentesség.

Mivel az ES koherens, az ES alapú Euler-módszer tehát az általam is igazolt magbeliség mellett a kockázatmentes allokáció axiómájának is eleget tesz. Emellett a módszer segítségével számított allokáció az egyetlen, amely alkalmas a teljesítményértékelésre, azaz RORAC-kompatilis (lásd Tasche, 2008:

2.1-es állítás, illetve Tasche 1999: 4.4-es tétel). Mivel a koherens tőkeallokáció axiómái közül a szimmetria kizárja a diverzifikációs hatást, ez a tulajdonság nem feltétlenül minősíthető kedvezőnek. Mindezek alapján az általam ajánlott módszer (ES alapú kockázatmérés és az ebből Euler-módszerrel számított kockázati hozzájárulások) rendelkezik az általunk elvárt ismert összes tulajdonsággal:

- az ES kockázatmérték koherens, vagyis szubadditív, monoton, első fokon homogén és translációinvariáns;
- az allokáció pedig nem blokkolható (azaz magallokáció), kockázatmentes és alkalmas a teljesítményértékelésre;
- mindemellett pedig tetszőlegesen nagy számú üzletág mellett is igen egyszerűen számítható az Euler-módszerrel allokált kockázat (csupán az üzletágak számával megegyező darab várható értéket kell kiszámítanunk).

Összefoglalás

A tanulmányban a pénzügyintézetekben alkalmazott belső tőkeallokáció általános kérdéseinek áttekintése után arra kerestem a választ, hogy tudok-e olyan tőkeallokációs módszert ajánlani, amely minden szempontból optimális elosztást eredményez. A válasz igen, ugyanis találtam olyan módszert, amely koherens kockázatmértékre épül, magallokációt eredményez, teljesül rá a kockázatmentes allokáció axiómája, valamint alkalmas a teljesítményértékelésre is, és emellett még a számítása is igen egyszerű, így a gyakorlatban könnyen alkalmazható. Ez a módszer pedig az Expected Shortfall alapú Euler-módszer, melynek kedvezőbb módszertani tulajdonságait szimulációs vizsgálattal is alátámasztottam.

Felhasznált források

Artzner, P. – Delbaen, F. – Eber, J.-M. – Heath, D: (1998): Coherent measures of risk. *Mathematical Finance*, Vol. 9 No. 3, 203–228.

Buch, A. – Dorfleitner, G. (2007): Coherent risk measures, coherent capital allocation and the gradient allocation principle. *Insurance: Mathematics and Economics* Vol. 42 No. 1, 2008, 235–242.

Cont, R. (2001): Empirical properties of asset returns: stylized facts and statistical issues. *Quantitative Finance* Vol. 1 No. 2, 223–236.

Csóka, P. – Herings, J. – Kóczy, L. (2007): Coherent Measures of Risk from a General Equilibrium Perspective. *Journal of Banking and Finance*, Vol. 31 No. 8, 2517–2534.

Denault, M. (2001): Coherent allocation of risk capital. *Journal of Risk*, Vol. 4 No. 1, 1–34.

Delbaen, F. (2000): Coherent Risk Measures On General Probability Spaces. *Advances in Finance and Stochastics*. Springer. Berlin. 1–37.

Forgó Ferenc – Pintér Miklós – Simonovits András – Solymosi Tamás (2006): Kooperatív játékelmélet. Elektronikus jegyzet, http://www.mfa.kfki.hu/~szabo/evoljatek/solymosi_jatekelmelet.pdf (letöltés ideje: 2009. 03. 02.).

Homburg, C. – Scherpereel, P. (2007): How should the joint capital be allocated for performance measurement? *European Journal of Operational Research*, Vol. 187 No. 1, 208–227.

Jorion, P. (2000): A kockázatosított érték. Panem kiadó.

Kalkbrener, M. (2005): An axiomatic approach to capital allocation. *Mathematical Finance*, Vol. 15 No. 3, 425–437.

Shapley, L. S. (1953): A value for n-person games. In: *Contribution to Theory of Games II*. A. W. Tucker and R. D. Luce (eds.). Princeton University Press. 307–317.

Tasche, D. (2000): Risk contributions and performance measurement. <http://www-m4.ma.tum.de/pers/tasche/riskcon.pdf> (letöltés ideje: 2009. 10. 15.).

Tasche, D. (2008): Capital Allocation to Business Units and Sub-Portfolios: the Euler Principle. http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/0708/0708.2542v3.pdf (letöltés ideje: 2009. 10. 14.).

A tanulmány a szerző azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Csóka Péter

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Vállalati pénzügyek szekcióban I. helyezést ért el.

Békés Márton

Radar a gödörben

– A zengői és tubesi lokátorépítés körüli konfliktusok elemzése

*Közel másfél évtizede húzódik a dél-dunántúli – előbb a Zengőre, majd a Tubesre tervezett – katonai radarállomás építésének ügye. A Honvédelmi Minisztérium sikertelen próbálkozásait tüntetések, perek és esetenként hatalmas médiafigyelem kísérte. E tanulmányban konfliktuselméleti megközelítésből vizsgálom az ügyet, azt a kérdést helyezve középpontba, hogy a minisztérium konfliktuskezelési eszközei mennyiben feleltek meg a helyzet követelményeinek.**

* A tanulmány alapjául szolgáló tudományos diákköri dolgozatban konfliktuselméleti és közpolitikai szempontból elemeztem az ügyet. Jelen tanulmányban a konfliktuselméleti megközelítés fontosabb eredményeit mutatom be. Az esetlegesen felmerülő további kérdésekre az eredeti munka adhat választ, mely elérhető a tdk.uni-corvinus.hu címen.

Bevezetés

A katonai radarállomások ügye az 1990-es évek elejére nyúlik vissza, amikor a katonai vezetés számára egyre nyilvánvalóbbá vált, hogy földi telepítésű radarállomásokkal kell kiváltani az addig mobil állomásokra épülő korszerűtlen rendszert. Az ezt az irányelvet jóváhagyó 1995-ös országgyűlési döntést követően kezdődött meg a három radarállomás helyszínének kiválasztása. A dél-magyarországi lokátor helyszínének a Honvédelmi Minisztérium (HM) Zengővárat választotta. A helyi lakosság csak 2002 végén, az engedélyezési eljárások lezárulta után, a tényleges munkálatok megkezdése előtt néhány hónappal szembesült a készülő radar terveivel. A létesítés ellen rövidesen tiltakozó mozgalom bontakozott ki, amelynek csúcspontja a 2004. februári „Zengői csata” volt, ahol a tiltakozók fizikailag is szembekerültek a HM képviselőivel, megghiúsítva az építkezés megkezdését. Az akció után nem sokkal a HM hivatalosan is felfüggesztette a zengővári munkálatokat, és 2005 novemberében a miniszterelnök bejelentette, hogy a radart a Zengő helyett a Pécs közigazgatási területén lévő Tubes hegyén építik fel. Néhány héten belül azonban Pécsen is megjelentek a radar ellenzői, akik tüntetésekkkel és jogi eljárásokkal mind a mai napig sikeresen megakadályozták a radar megépülését.

A tanulmányban konfliktuselméleti nézőpontból vizsgálom a folyamatot. A kutatás fókuszában az a hipotézis állt, hogy a HM konfliktuskezelési eszközei nem voltak megfelelőek a helyzet kezelésére, így a projekt kudarca jelentős részben a minisztérium saját hibájából következett be. A tanulmányban a HM-et mint projekttulajdonos vállalatot kezelem*, tehát

* Igazodva ezzel a telepítési konfliktusok hazai irodalmához, például Vári (1994).

a konfliktus kezelését nem társadalmi értékek alapján, hanem aszerint ítélem meg, hogy mennyiben járult hozzá a projekt megvalósulásához. Részben ez indokolja, hogy az ügyet nem környezeti konfliktusként, hanem – a projekttulajdonosi nézőponthoz jobban illeszkedő – telepítési konfliktusként vizsgáltam, tehát olyan társadalmi konfliktusként, melynek közép-pontjában valamilyen új létesítmény elhelyezése, telepítése áll (Szántó, 2009).

A lokátorépítés vizsgálatánál kétirányú megközelítést alkalmaztam: egyrészt tartalomelemzést végeztem, másrészt mélyinterjúkat készítettem a fontosabb szereplőkkel. A tartalomelemzés az üggyel kapcsolatban fellelhető minden fontosabb írott vagy internetes forrás áttekintését jelentette, az országos és helyi média újságcikkeitől a tiltakozó szervezetek üléseinek kéziratos jegyzőkönyveiig. Mélyinterjúkat a HM elzárkózása miatt csak a tiltakozó szervezetek vezetőivel tudtam készíteni, éppen ezért az interjúalanyok esetében a kérdések jelentős részének fókuszában az állt, hogy a HM milyen lépéseit észlelték és ezekre hogyan reagáltak. Összességében tehát úgy vélem, hogy a tartalomelemzés és a mélyinterjúk kombinálása megfelelő háttérrel biztosít az elemzés kivitelezéséhez.*

* A tartalomelemzés során felhasznált források jegyzéke, a jegyzőkönyvek forrásai, a mélyinterjúk felépítése és egyéb módszertani részletek az eredeti munkában megtalálhatók, amely elérhető a korábban jelzett címen (www.tdk.uni-corvinus.hu).

A konfliktus okai

Mielőtt értékeljük a HM konfliktuskezelését, mindenképpen szükség van a konfliktus jellegének feltárására, tehát a kiváltó okok és az érintettek számbavételére. A telepítési konfliktusoknál a tiltakozás kialakulása tulajdonképpen racionális válasz az egyensúlytalanságra, amelyet a létesítmény befogadói érzékelnek a beruházás rájuk nézve pozitívnak és negatívnak értelmezett hatásai között (Lober, 1995). Mind a Zengő-, mind a Tubes-ügy kapcsán látható, hogy gyakorlatilag minden, a telepítési konfliktusokra jellemző, jelentősebb egyensúlytalansághoz vezető tényező megfigyelhető.

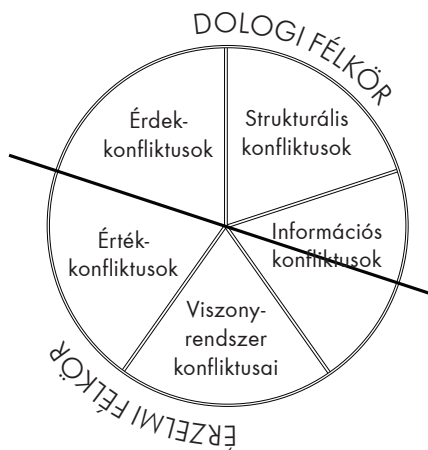
Az érintettek eltérő kockázatértékelése (Covello et al, 1988) legegyszerűbben a radarsugárzás esetében jelent meg, melynek egészségkárosító hatásairól jelentősen eltért a beruházó és a helyi lakosok értékelése. Az alacsony intézményi bizalom (Baldassare, 1985; Anderson–Greenberg, 1984), tehát az, hogy az érintettek gyakorlatilag egyáltalán nem bíztak a HM-ben, meghatározó jelentőségű volt, és a minisztérium lépései több esetben csak rontották a helyzetet. Ezzel szorosan összefügg az alkalmazott döntéshozatali rendszerrel (Kuhn–Ballard, 1998) szembeni elégedetlenség, mivel egyes csoportoknál a tiltakozás fő oka az volt, hogy a HM eljárását tartották méltánytalannak, ám magával a lokátorépítéssel gyakorlatilag nem voltak problémáik. A kommunikációs tényezők (Peters et al, 2001) szerepe elsősorban a konfliktus első szakaszában, a Zengőnél volt jelentős, mivel ekkoriban a HM kommunikációját sokáig a teljes elzárkózás, majd a merevség és az egyirányúság jellemezte. A kulturális tényezők (Boholm, 2004) szintén elsősorban a Zengő esetében voltak hangsúlyosak, mivel a hegy környékén élő kis közösségek érzelmileg és kulturálisan rendkívül erősen kötődtek a hegyhez, ami a Pécs közeli Tubes esetében sokkal kevésbé volt jellemző.

Ezen tényezők alapján egyértelmű, hogy az érintettekben kialakult az egyensúlytalanság érzése a beruházással szemben, de az aktív tiltakozás kibontakozásához az is szükséges, hogy úgy érezzék, reális esélyük van a győzelemre (Mitchell–Carson, 1986). A Zengő esetében fontos szerepe volt annak, hogy a megyében az 1990-es években a civileknek több esetben sikerült megghiúsítaniuk károsnak vélt beruházásokat, ami bátorította a tiltakozókat. A Tubes esetében már a zengői civil siker jelent meg követendő mintaként, így ott a résztvevők a kezdetektől fogva a tiltakozás sikerével számoltak.

Az előbbi konfliktusforrásokat a Moore-féle konfliktuskörben (Moore, 1996) elhelyezve azt láttuk, hogy a konfliktuskör érzelmi részéhez tartozó konfliktustípusok, mint az értékek és a viszonyrendszer konfliktusai mindvégig dominánsak voltak, míg a strukturális és az érdekkonfliktusok jórészt marginálisak maradtak. Az információs konfliktusok kapcsán – melyek érzelmi és dologi jellegűek is lehetnek – azt tapasztaltam, hogy ezek is inkább az érzelmi tényezők közé sorolhatók. Az érzelmi–dologi felosztás azért fontos, mert az érzelmi jellegű konfliktusok egészen más típusú konfliktuskezelési eszközöket igényelnek: sokkal nagyobb a bizalom és a különböző eljárási kérdések szerepe, és sokszor mellékes az alternatívák objektív mérlegelése. (Lásd 1. ábra.)

A Zengő és a Tubes kapcsán a fő különbség épp az, hogy a Zengő esetében jóval nagyobb szerepe volt az érzelmi jellegű konfliktusforrásoknak. Ez részben arra vezethető vissza, hogy az országos civil szervezetek stratégiai okokból itt tudatosan törekedtek arra, hogy a konfliktus okait szelektálják, és fő okként a természeti értékek védelme jelenjen meg. Ezzel szemben a Tubesnél – részben a fenti szelekció hiánya, részben Pécs mint nagyváros közelsége miatt – jóval nagyobb szerepet kaptak a dologi tényezők, mint például a lakóházak várható értékcsökkenése.

1. ábra. A konfliktuskör



Forrás: saját ábra Hajba (1998) alapján

A konfliktus szereplői – az érintettek

Az 1. táblázat a két eset fontosabb érintettjeit, hovatartozásukat, valamint erejét foglalja össze. A Zengő és a Tubes ügye hasonlít abban, hogy mindkét esetben a helyi társadalomból indult ki a tiltakozás, de ezt leszámítva az érintettek súlya és szerepe jelentősen eltért. A Zengő melletti két kistelepülés és azok önkormányzata a tiltakozók mellé állt, de ez csupán néhány száz főt jelentett. Ezzel szemben a pécsi önkormányzatnak komoly politikai és jogi ereje volt, és ezért számított döntő momentumnak, hogy a társadalmi nyomásnak engedve 2007 végén az önkormányzat feladta addigi HM-párti álláspontját, és a tiltakozók mellé állt.

1. táblázat. A Zengő- és Tubes-ügy főbb érintettjei

	Zengő		Tubes	
	Szereplő hovatartozása	Szereplő ereje	Szereplő hovatartozása	Szereplő ereje
Helyi társadalom	Tiltakozó	Közepes	Tiltakozó	Közepes
Helyi önkormányzat(ok)	Tiltakozó	Gyenge	Megosztott	Erős
Országos civil szervezetek	Tiltakozó	Erős	-	-
Országos közvélemény	Tiltakozó	Erős	-	-
Országos politikai szereplők	Megosztott	Erős	Megosztott	Erős
Nemzetközi szereplők	Tiltakozó	Gyenge	-	-

A két ügyben azonban a legfontosabb különbség az, hogy a Zengő kapcsán a tiltakozók sikeresen mozgósították az országos civil szervezeteket, a média útján az országos közvéleményt és a politikusokat, sőt néhány nemzetközi szereplőt is sikerült bevonniuk az ügybe, a Tubes viszont mindvégig helyi ügy maradt. A Zengő kapcsán aktivizálódó szervezetek ráadásul sikeres koalíciót kötöttek, ami tovább erősítette helyzetüket. Ezzel szemben a Tubesnél jóval gyengébb volt a kialakult koalíció, bár éppen Pécs kiemelt szerepe miatt ez sem elhanyagolható jelentőségű.

A konfliktuskezelés értékelése

A lokátorépítésnél alkalmazott konfliktuskezelési gyakorlat értékelésére a telepítési konfliktusok szakirodalma alapján egy háromszintű hierarchikus modellt dolgoztam ki. A mo-

dell különböző szintjein hozott döntések önmagukban nem helyesek vagy tévesek, hanem az minősíti őket, hogy mennyiben feleltek meg az adott helyzet követelményeinek.

A modell első szintje abból az egy tényezőből áll, hogy *az érintettek bevonásának mértékére* – a konfliktuskezelés legfontosabb kérdésére – milyen választ ad a beruházó. Az egyik véglet a DBV, tehát a Döntés–Bejelentés–Védekezés stratégia alkalmazása, a másik pedig az érintettek teljes bevonása a döntéshozatalba már a tervezési szakasztól. A modell második szintjét az jelenti, hogy a HM *milyen stratégiát alkalmazott* a konfliktus oka, tehát az érintettek által érzékelt egyensúlytalanság kezelésekor. Itt három lehetőség állhat fenn. Egyrészt kezelhetők maguk az egyensúlytalanságot kiváltó tényezők, másrészt lehetséges az is, hogy a konfliktuskezelők nem csökkentik az érintettek által érzékelt negatívumokat, de cserébe pozitívumokat, azaz kompenzációt ajánlanak. Végül lehetséges az is, hogy még ezt sem teszik, csupán megnövelelik a tiltakozás költségét, így megmarad az érintettek negatív attitűdje, de azt nem fejezik ki. A harmadik szint a *taktikai kérdésekre* vonatkozik, tehát arra, hogy az első két szint alapján megalkotott stratégiát milyen minőségben hajtják végre.

A modell első szintjén egyértelmű, hogy mind a Zengőnél, mind a Tubesnél a DBV tipikus esetével állunk szemben: a HM nemcsak nem vonta be az érintetteket, de még a kommunikációt is mindkét esetben csak a helyszínről való döntés után kezdte meg. Ez önmagában nem negatívum. Hasonló döntések tapasztalatai alapján elsősorban akkor érdemes a DBV-modellt alkalmazni, ha a létesítménnyel szembeni várható ellenállás alacsony, és a beruházó bevonás nélkül is el tudja fogadtatni a döntést az érintettekkel (Vajda, 1998). Kutatásom alapján a Zengő esetében reálisan feltételezte ezt a helyzetet a HM, tehát a DBV-modell alkalmazása racionális

döntésnek minősülhet. A hiba sokkal inkább a modell kivitelezésében, tehát a második és harmadik szinten meghozott döntésekben volt.

Ezzel szemben a Tubesnél a DBV-modell alkalmazása már erősen vitatható, hiszen egyértelmű volt, hogy a térségben a radarépítés kiemelt jelentőségű kérdés, így számos potenciális tiltakozóval kell számolni. A HM elkövette azt a hibát, hogy csak az adott pillanatban aktív csoportok szempontjait vette figyelembe, és nem számolt azzal, hogy a változtatás hatására új tiltakozó csoportok aktivizálódhatnak. A Zengő helyett a Tubes kiválasztásával a HM teljesítette a tiltakozók környezetvédelmi szempontjait, de nem vette figyelembe azt, hogy a radar nagyváros közelébe helyezésével megélnék például a káros sugárzástól tartók csoportjai. Tekintve, hogy 2005-re mekkora jelentőségű üggyé nőtte ki magát a lokátorépítés és az érintettek milyen széles köre lehetett potenciális tiltakozó, megállapítható, hogy a Tubes esetében mindenképpen célszerű lett volna az érintettek erőteljesebb bevonása a döntéshozatalba. Mivel ez nemcsak a tiltakozók feltérképezését, hanem a végső helyszín könnyebb elfogadtatását is segítette volna. Különösen indokoltnak tűnik az erőteljesebb bevonás annak fényében, hogy – mint a konfliktuskörben megállapítottuk – a lokátorépítés alapvetően érzelmi jellegű konfliktusnak tűnik, márpedig ilyen esetben kiemelt szerepe van annak, hogy az érintettek hogyan viszonyulnak a döntéshozatali folyamathoz.

A második szinttel kapcsolatban a minisztérium kezelni próbálta ugyan a konfliktust kiváltó tényezőket, de nem kellő mértékben vette figyelembe a konfliktus érzelmi jellegét. Nem ismerték fel a szubjektív kockázatpercepció fontosságát, ami ahhoz vezetett, hogy a radar sugárzásáról az átlagember számára érthetetlen, hosszas szakmai viták kezdődtek, ahol

a hallgatóság inkább annak alapján döntött, hogy mennyire bízott a szemben álló felekben, márpedig ebben a HM meg lehetőszen rosszul állt.

A HM kompenzációs stratégiája is alapvetően téves volt. A Zengőnél megpróbálták alkalmazni a kompenzációt, de elkövették azt a jól ismert hibát (Groothuis–Miller; 1997; Szirmai, 1996), hogy olyan mechanizmusokat alkalmaztak, amelyek az érintettek szemében a kompenzációt megvesztegetésnek mutatták, és ez csak fokozta az ellenállást. A Tubesnél viszont, ahol a kompenzációnak nagyobb esélye lett volna a sikerre – mivel a konfliktus okai között több volt a dologi tényező –, nem is próbálkoztak vele.

A tiltakozás költségének növelését mint eszközt csak a Zengőnél, a 2004-es fakivágásoknál alkalmazták. Ez gyakorlatilag azt jelentette, hogy fizikai harc alakult ki a tiltakozók és a biztonsági emberek között, ami azonban a civilek győzelmével végződött, rendkívüli módon megerősítette mozgalmukat, és az ügyet országos jelentőségűvé tette. Valószínűleg ez a lépés volt a minisztérium egyik legnagyobb öngólja a konfliktus során.

A második szinttel kapcsolatos döntésekről összességében megállapítható, hogy többségükben hibásak voltak, jelentős azonban az eltérés a Zengő- és a Tubes-ügy között. A Zengő esetében a fizikai erő hiábavaló használata vagy a megvesztegetésnek tűnő kompenzációs kísérletek csak fokozták az ellenállást, ezzel szemben a Tubesnél elkövetett hibák inkább kiaknáztatlan lehetőségek voltak, de nem vezettek további ellenálláshoz.

A harmadik szint a taktikai kérdésekre vonatkozik, tehát arra, hogy az első két szint alapján kialakított stratégiát milyen minőségben hajtják végre, tehát például mennyire felkészült szakemberek tartanak egy sajtótájékoztatót. Ezzel kapcsolatban szembetűnő volt, hogy a konfliktus elején rend-

kívül szűkös erőforrásokat biztosítottak erre a területre, és a minisztérium képviselőit a profizmus teljes hiánya jellemezte. A Zengő-ügy második felében, de különösen a Tubes esetében ezen a téren jelentős fejlődés következett be, bár jónak még így sem mondhatjuk a megvalósítást.

Következtetések

Összességében megállapítható, hogy a Honvédelmi Minisztérium konfliktuskezelési eszközei nem voltak megfelelők. A Zengő esetében a kudarc fő oka a Döntés–Bejelentés–Védekezés modell nem hatékony végrehajtása volt. A Tubes esetében a végrehajtás terén számottevő javulás következett be, de az érintettek bevonásának hiánya itt már determinálta a projekt kudarcát. Mindvégig fontos szerepe volt annak, hogy a minisztérium nem vette figyelembe a konfliktus erőteljes érzelmi töltését, valamint nem törekedett, illetve nem is volt képes a tiltakozókéhoz hasonlóan erős koalíciókat kialakítani.

Végül érdemes visszatérni ahhoz a kérdéshez, amelyet a kutatás során a konfliktus érintettjeitől talán a leggyakrabban hallottam, hogy vajon „meg fog épülni az a radar?”. Természetesen teljes biztonsággal nem tudhatjuk a választ, mindazonáltal a konfliktus elemzése alapján véleményem szerint – függetlenül a jelenleg is folyó bírósági eljárások eredményétől – a válasz egyértelmű nem. A kialakult társadalmi ellenállást és a minisztérium konfliktuskezelési gyakorlatát figyelembe véve nagyon valószínűtlennek tűnik a radar megépítése akár a Tubesen, akár a Zengőn, és az eddig látott konfliktuskezelési gyakorlattal még a lokátor más helyszínén történő megépítése is erősen kétségesnek tűnik.

Felhasznált források

Anderson, R. F. – Greenberg, M. (1984): Hazardous waste sites: The credibility gap. Center for Urban Policy Research, New Brunswick, New Jersey.

Baldassare, M. (1985): Trust in local government. *Social Science Quarterly*, Vol. 66 No. 3, 704–712.

Boholm, A. (2004): Editorial: what are the new perspectives on siting controversy? *Journal of Risk Research*, Vol. 7 No. 2, 99–100.

Covello, V. T. – Sandman, P. – Slovic, P. (1988): Risk Communication, Risk Statistics and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers. Chemical Manufactures Association, Washington D. C.

Groothuis, P. A. – Miller, G. (1997): The Role of Social Distrust in Risk-Benefit Analysis: A study of the siting of Hazardous Waste Facilities. *Journal of Risk and Uncertainty*, Vol. 15 No. 3, 241–257.

Hajba Éva (1998): Konfliktusmenedzsment – környezeti konfliktuskezelés. Műegyetemi Kiadó, Budapest.

Kuhn, R. G. – Ballard, K. R. (1998): Canadian Innovations in Siting Hazardous Waste Management Facilities. *Environmental Management*, Vol. 22 No. 4, 533–545.

Lober, D. J. (1995): Why protest?: Public behavioral and attitudinal response to siting a waste disposal facility. *Policy Studies Journal*, Vol. 23 No. 3, 499–518.

Mitchell, R. C. – Carson, R. T. (1986): Property rights, protest, and the siting of hazardous waste facilities. *American Economic Review*, Vol. 76 No. 2, 285–290.

Moore, C. W. (1996): The mediation process: Practical Strategies for Resolving Conflict. Jossey-Boss, San Francisco (CA).

Peters, R. G. – Covello, V. T. – McCallum, D. B. (2001): The determinants of trust and credibility in environmental risk communication: An Empirical Study. In: Gerrard, S. – Turner, R. K. – Bateman, I. J. (eds): Environmental Risk Planning and Management. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham (UK), 366–375.

Szántó Richárd (2009): Telepítési döntések – telepítési konfliktusok. Doktori (PhD) értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola.

Szirmai Viktória (1996): Társadalmi-környezetvédelmi konfliktusok Magyarországon. Ökológia, Környezetgazdálkodás, Társadalom (ÖKO), 7. évf. 3–4. sz., 25–39.

Vajda György (1998): Kockázat és biztonság. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Vári Anna (1994): Új jelenségek a környezeti konfliktuskezelés hazai gyakorlatában: Az M0 autópálya építésének tapasztalatai. Társadalomkutatás, 12. évf. 1–4. sz., 122–133.

A tanulmány a szerző azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Marjainé Szerényi Zsuzsanna

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján az Üzleti döntések szekcióban I. helyezést ért el.

Reizer Balázs – Seres Gyula

A gyermekvállalás hatása a családi jövedelemre Magyarországon

Korunk demográfiai folyamatainak meghatározó eleme a termékenységi ráta csökkentése. Tanulmányunk célja bemutatni, milyen jövedelmi motivációk húzódnak meg a csökkenő születésszám mögött. Ehhez az Életünk fordulópontjai nevű panel-adatfelvétel első két hullámának adatain végzünk regressziós becsléseket arra vonatkozólag, hogy a gyermekvállalás milyen hatással van a háztartás jövedelmére. Eredményeink alapján a gyermekvállalás komolyabb jövedelemhátránnyal sújtja a szegényebb jövedelmi osztályokat, valamint ezt a hatást ellensúlyozza a férfi háztartástag munkavállalási stratégiája. A relatív jövedelmi helyzet elemzésénél az előbbivel konzisztens következtetésekre jutunk.

Bevezetés

Korunk demográfiájának legfontosabb témája a fejlett országokban megfigyelhető visszaesés a termékenységi mutatókban. Habár a válság mértékével és tartósságával kapcsolatos vita nem látszik enyhülni, abban szinte mindenki egyetért, hogy egy, a korszakot meghatározó jelenségről van szó. A téma magyarországi relevanciáját kiemeli, hogy itthon európai viszonylatban is kiemelkedően alacsony a termékenységi ráta, csupán Szlovákiában és Lengyelországban figyelhető meg alacsonyabb érték (Spéder–Kapitány, 2009). A jelenség magyarázatához a demográfia számos rivális narratívát kínál, ezek közül mi a közgazdasági elméletet választjuk, mely az alternatívaköltségek és a gyermekvállalás költség-haszon viszonyainak jelentőségét hangsúlyozza.

Eddig kevés tanulmány született az itthoni gyermekvállalás jövedelmi hatásáról. Mind a magyar, mind a nemzetközi szakirodalom a szülőanya bérhátrányával foglalkozik, elhanyagolva a család többi tagjának esetleg megváltozott munkaerő-piaci stratégiáját. Mi ennek a szempontnak az integrálásával arra teszünk kísérletet, hogy bemutassuk, a gyermekvállalás hogyan érinti az egyes jövedelmi csoporthoz tartozó háztartásokat. Emellett részletesen kitérünk arra, hogy a háztartás tagja milyen munkaerő-piaci stratégiát követ a gyermekvállalás jövedelmi sokkjának ellensúlyozására.

Az elemzéshez a KSH–NKI Életünk fordulópontjai nevű paneladat-felvétel eredményeit használjuk fel. Dolgoztunk felépítése a következő. Első lépésben áttekintjük a téma releváns nemzetközi szakirodalmát és a kapcsolódó hazai kutatási eredményeket. Ezt követően térünk rá a technikai elemzésre. Első lépésben részletezzük a felhasznált adatbázis

lehetőségeit és korlátait, és panelbecsléseket végzünk. Végül rámutatunk az elemzés bővítési lehetőségeire, illetve értékeljük dolgozatunk eredményeit.

Szakirodalmi áttekintés

A téma nemzetközi szakirodalma elsősorban arra keresi a választ, hogy a szüléssel együtt járó munkából való kiesés hogyan hat a munkaerőpiacra való visszatérés utáni jövedelemre. A kérdés relevanciáját a szülés alternatívaköltségének fontossága mellett emeli, hogy a szülési szabadság szignifikánsan jobban csökkenti a bért, mint ha egy nő más okból szakítja meg azonos időre a munkavégzést (Buligescu et al, 2009). A nemzetközi szakirodalom összességében 10–14% közé teszi az anyák gyermekvállalásból adódó rövid távú bérhátrányát (Anderson et al, 2003; Buligescu et al, 2009). Bálint és Köllő (2008) elemzése alapján ez a különbség csak 8–10% közé esik Magyarországon.

Magyarországon a gyermekvállalás jövedelmi hatásainak becslésére eddig csak Spéder (2001) tett kísérletet, de ahogy a szerző is kiemeli, a rendelkezésre álló minta mérete miatt nem tudott messzemenő következtetéseket levonni. A kapcsolódó témakörökön belül Bálint és Köllő (2007) bemutatta a gyermeknevelési támogatások hatását a nők munkaerő-piaci aktivitására. Amint az írásban felhasznált adatokból kiderül, hazánkban a szülési szabadság aránytalanul hosszú. A cikk kiemeli, hogy ebben igen nagy szerepe van a hazai jövedelmekhez mérten aránytalan támogatási rendszernek, amely a munkaerőpiacra való későbbre időzített visszatérést ösztönzi.* Köllő (2008)

* A magyar gyermektámogatási rendszer részleteit lásd: Frey (2001).

becslései szerint a munkahely megszűnésétől a gyermektámogatási rendszer elhagyásáig eltelt idő átlagosan 4,7 év volt Magyarországon 1997–2005 között, ami nemzetközi összehasonlításban példátlanul magas.

Igen fontos megállapítás, hogy a támogatási rendszer és az születésszabadság munkaerő-piaci hatásainak elemzését célzó adatfelvétel Magyarországon eddig nem készült (Bálint–Köllő, 2007 és Spéder 2009). Az elemzéseknek így igen korlátozott lehetőségei vannak. Csupán a KSH munkaerő-piaci felvételei, illetve az Életünk fordulópontjai nevű paneladat-felvétel első két hulláma áll (2001, illetve 2004) rendelkezésre.

Adatok, leíró statisztikák

Életünk fordulópontjai demográfiai panelvizsgálat

Elemzésünkhöz a háromévente megismételt Életünk fordulópontjai nevű demográfiai panelvizsgálat már kutatható, 2001-es és 2004-es hullámának adatait használjuk fel, amelyet Köllő János (2008) is javasolt tanulmányában mint lehetséges adatforrás. Az adatfelvétel során a KSH Népeségtudományi Kutatóintézete számos szempontnak kívánt megfelelni. A kérdőívet elsősorban az határozta meg, hogy a második demográfiai átmenet hipotéziseinek tesztelésére alkalmas legyen (Spéder, 2001). Tanulmányunk tisztán a közgazdasági megközelítéssel foglalkozik, így az eredmények és az adatok leíró elemzését erre szűkítjük.

A közgazdasági narratíván belül a kérdésekkel azt kívánták elemezni, hogy milyen attitűdbeli, gazdasági és szociológiai jellemzők határozzák a gyermekvállalást, illetve annak elhalasztását vagy kihagyását (Spéder–Kapitány, 2007). Ezen

belül az első hullám a következő kérdéscsoportokat használta: korcsoport, családi állapot, testvérek, iskolai végzettség, munkaerő-piaci pozíció, jövedelemosztály, vallás és attitűd-kérdések.

Az adatfelvétel alapjául szolgáló sokaság a magyar lakosság 2000. évi becslése volt. A mintaalanyok kiválasztásával kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy a meghíúsuló interjúk miatt azokban a kohorszokban, társadalmi csoportokban és régiókban, ahol a legnagyobb az elutasítás esélye, arányosan több alanyt választottak ki. A végleges adatbázisba 16 363 interjú került be a tisztítást követően. A második hullámban ugyanezen érték 13 540 eredményes interjút jelent.

A gyermekvállalás jövedelmi hatását tanulmányunkban az ekvivalens háztartási jövedelmeken keresztül próbáljuk megmérni. Az ekvivalens jövedelem a család összjövedelmének és egy korrigált családlétszámnak a hányadosa. A korrigálás során figyelembe vesszük például, hogy a nagyobb családokban az egy főre jutó megélhetési költségek alacsonyabbak, mint a kisebb családokban (pl.: több ember között oszlik meg a lakbér).*

Leíró statisztikák

Az 1. táblázat egy keresztábrán mutatja be a két csoport jövedelemdinamikáját. A teljes minta szolgál alapul az összjövedelem szerinti csoportok képzésénél. A táblázat a 2001-es, illetve 2004-es jövedelmi pozíciókat hasonlítja össze.

A teljes mintán nem meglepő módon az emberek fele nem váltott csoportot a két időszak között, tehát az eloszlásban nem figyelhetünk meg lényeges változást. Ezzel szemben a két időszak között gyermeket vállalók körében jelentős eltolódást

* Az adatfelvétel módját és az ekvivalens jövedelem mérését részleteiben bemutatja Kapitány (2003).

1. táblázat. A relatív szegénység 2001-ben és 2004-ben

		Relatív szegénység 2004-ben						
		kevesebb, mint a medián		közép- jövedelműek	több, mint a medián		Összesen	
		50%-a	75%-a		125%-a	150%-a		
Relatív szegénység 2001-ben (alatta %-os eloszlás)	kevesebb, mint a medián	50%-a	62,88%	19,30%	9,84%	5,65%	2,34%	166
		75%-a	42,58%	28,31%	19,72%	7,41%	1,97%	110
	középjövedelműek		30,70%	22,28%	22,97%	12,76%	11,30%	80
	kevesebb, mint a medián	125%-a	11,08%	25,64%	29,46%	23,80%	10,02%	131
		150%-a	6,91%	14,21%	22,66%	24,56%	31,66%	124
	Összesen		199	132	123	89	68	611
			32,53%	21,63%	20,15%	14,63%	11,06%	

Forrás: saját számítás, Életünk fordulópontjai 2001-es és 2004-es hulláma alapján. A táblázat csak azokat a családokat tartalmazza, ahol gyermek született. A százalékok a 2001-es kategóriákon belüli eloszlást mutatják.

figyelhetünk meg. Míg 2001-ben a szegény és jómódú családok aránya nagyságrendileg megegyezett, addig 2004-ben a 2001-es adatokhoz képest 19 százalékponttal emelkedett azon családok száma, akik jövedelme nem éri el a medián 75%-át. Ha a különböző 2001-es kategóriákat figyeljük meg, akkor is jól látható, hogy a gyermeket vállalók között, Spéder (2001) kutatásához hasonlóan, a leggyakoribb változás, hogy a gyermeket vállalók egy jövedelmi kategóriával lejjebb kerülnek és az átlagnál kissé magasabb csoport nagyon instabil.

Bár a gyermeket vállalók között is megfigyelhető jövedelmi kategóriaemelkedés, fontos tapasztalat, hogy a gyermeket vállaló családok jellemzően nagyobb arányban csúsznak le, és kisebb arányban emelkednek fel, mint az átlagos gyermek nélküli családok. Lényeges eredmény, hogy a gyermeket vállaló családok 27%-ában az egy főre jutó jövedelem már a szülés előtt sem éri el a medián 50%-át és több mint 45%-ban a medián 75%-át.

Elemzés

Követve a bevezetőben megfogalmazott stratégiát, a technikai elemzés során a teljes háztartás jövedelmi helyzetének változását elemezzük a gyermekvállalás függvényében. A fejezetben először a férfiak munkavállalási stratégiájának változását tekintjük át.

Mint a témával foglalkozó szakirodalom is kiemeli, a gyermekvállalás anyagi következményeit több, nehezen mérhető szempont is befolyásolja. Egyrészt a családok viselkedése megváltozhat a gyermekvállalás hatására. Lehetséges, hogy a férfi növeli munkaerő-piaci aktivitását, hogy ellensúlyozza

családjának jövedelemkiesését. Ez a hatás a gyermekvállalás teljes jövedelmi hatását döntő mértékben meghatározó tényező lehet. Hiszen a gyermeket vállaló családokban a férfi 67%-os valószínűséggel vált munkát, míg a komplementer populációban ez az arány csak 56%*. Ezért kiemelten foglalkozunk a munkahelyváltást befolyásoló tényezőkkel.

A 2. táblázatban logisztikus becslésünk eredményei láthatók. Minden oszlopban a függőváltozó egyes értéket vesz fel, ha a háztartás tagja férfi tagja munkahelyet váltott a két időszak között, és nullát vesz fel akkor, ha a férfi munkaköre ugyanaz 2001-ben, mint 2004-ben. A logisztikus becslés nemlineáris, eredményei közvetlenül nem értelmezhetők. A paraméterekből csak az a következtetés vonható le, hogy az adott csoportba tartozó családok milyen irányban térnek el a bázistól. Jelen esetben a két időszak között gyermeket nem vállaló, budapesti, felsőfokú végzettségű férfi háztartástaggal rendelkező családoktól. Különböző kontrollváltozók használata mellett is a kisgyermekes férfiaknál szignifikáns pozitív számot találunk, így ők nagyobb arányban váltottak munkát, mint az utóbbi években gyermeket nem vállaló társaik. Ez a különbség a parciális hatás becslése során 32%-nak adódott.

Fontos eredmény, hogy a magasabb végzettségű férfiak nagyobb arányban váltanak munkát, mint az alacsonyan képzetek. A szakmunkás és érettségi végzettséggel rendelkező férfiak munkaváltási valószínűsége a felsőfokú végzettségűek váltásának 41%-a, míg ugyanez az arány a maximum 8 általánost végzettek között 34%. Ezzel konzisztens eredmény, hogy az alacsonyabb jövedelmi kvintilisbe tartozó háztartásokban a férfiak kisebb valószínűséggel váltanak munkát. Ebből arra

* Az adatbázis nyújtotta lehetőségek alapján a munkaváltást a FEOR kód változásával mértük. Ez azonban nem teszi lehetővé annak mérését, hogy egy munkavállaló más cégnél végzi ugyanazt a munkát.

2. táblázat. A férfi házastárs munkát vált két időszak között

		(1)	(2)	(3)
	A két időszak között gyermek születik	0,573*** (0,0860)	0,573*** (0,0906)	0,651*** (0,0923)
Háztartás jövedelmi kvintilise	Első		-0,307*** (0,0588)	-0,129** (0,0644)
	Második		-0,439*** (0,0608)	-0,252*** (0,0652)
	Harmadik		-0,497*** (0,0597)	-0,335*** (0,0630)
	Negyedik		-0,250*** (0,0595)	-0,152** (0,0615)
Férfi háztartástag legmagasabb végzettsége	8 általános			-1,068*** (0,0638)
	Szakmunkás- képző			-0,877*** (0,0683)
	Érettségi			-0,871*** (0,0592)
	Megyei jogú város			-0,229*** (0,0676)
	Egyéb város			-0,0394 (0,0639)
	Település			-0,0872 (0,0652)
	Konstans	0,164*** (0,0181)	0,452*** (0,0427)	1,187*** (0,0751)
	Megfigyelések	13540	12204	12204
Robusztus standard hibák zárójelben *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$				
Minden oszlop külön logisztikus becslést tartalmaz, amelyek a magyarázó változókban térnek el egymástól. A függő változó 1-es értéket vesz fel, ha az apa munkahelyet váltott a két időszak között.				

Forrás: saját számítás, Életünk fordulópontjai 2001-es és 2004-es hulláma alapján

következtethetünk, hogy a rosszabb helyzetben lévő családok kisebb mértékben tudták munkahelyváltással növelni a jövedelmüket a gyermekvállalás jövedelmi sokkjának ellen-

súlyozására. A harmadik specifikációban kiszűrtük annak a hatását, hogy a különböző településtípusokon eltérnek egymástól a munkahelyváltási lehetőségek, de ez nem befolyásolta lényegesen a gyermekvállalás és a munkahelyváltás közti összefüggést.

A jövedelmeket vizsgálva az összes hatás közül talán a legfontosabb a családok munkaerő-piaci stratégiája közötti meg nem figyelt különbségek. Lehetséges az, hogy akik gyermeket szeretnének vállalni, családközpontú élettársat választanak akkor is, ha az ilyen házastársak kisebb várható életpálya-jövedelemmel rendelkeznek. Emiatt, ha összehasonlítjuk a gyermekes és gyermektelen családok jövedelmi helyzetét, akkor felülbecsülhetjük a gyermekvállalás jövedelmi hatását, mert lehetséges, hogy a gyermekes családok már a gyermek megszületése előtt is relatíve szegényebbek voltak. E hatás kiküszöbölésére a háztartásokat panelbe kell foglalnunk*, hogy a család szintű meg nem figyelt heterogenitást ki tudjuk szűrni. A módszer lényege, hogy a becslések alapja nem a családok megfigyelt helyzete, hanem azok 2001 és 2004 közötti változása. Ezt fejezik ki a Δ szimbólumok az egyenletekben. Egy lehetséges kutatási irány lenne a gyermekvállalás jövedelmi hatásán kívül a gyermekvállaló családok „jól létét” és elégedettségét is megvizsgálni, ez azonban már túlmutat dolgozatunk keretein, így a továbbiakban kizárólag a megfigyelhető vagyoni helyzettel foglalkozunk, és az attitűdök szerepével csak mint lehetséges hatással.

Az általunk becsült panelregresszió a következő:

$$\Delta y_i = \alpha \cdot \Delta \text{gyermekszám}_i + \beta \cdot \Delta \text{munkatvalt}_i + \\ + \gamma \cdot \Delta \text{munkatvalt}_i \cdot \Delta \text{gyermekszám}_i + \delta \cdot \Delta X_i + \varepsilon_i,$$

* Az endogenitási probléma kezelésének másik lehetősége a gyermekvállalás instrumentálása lehet. Erre az eredeti dolgozatban kísérletet is teszünk.

ahol Δy_i a 3. táblázatban azt mutatja, hogy az i háztartás ekvivalens jövedelme hány százalékot változott a két időszak között. A $\Delta \text{gyermekszám}_i$ azt mutatja, hogy hány gyermek születik az i háztartásban a két hullám között.* A gyermekszámot úgy határoztuk meg, hogy a gyermekek 2001-ben maximum 15 évesek legyenek. Ez azért fontos, mert így feltételezhetjük, hogy az esetleges elhalálozásokon kívül nem csökkent a háztartásokon belül a gyermekek száma. A „munkátvált” pedig egy olyan dummyváltozó, ami az első időszakban mindig 0-t vesz fel, a másodikban pedig 1-et, ha a férfi háztartástag FEOR kódja megváltozott a két időszak között. X_i a család egyéb tulajdonságait meghatározó vektor. Kontrollváltozóként szerepel a nyugdíjasok száma, a férfi háztartástag végzettsége és a háztartás lakhelye. A becslések során véletlen hatással számoltunk, mert a változók időbeli állandósága miatt az állandó hatás torzított eredményt ad (Wooldrige, 2001).

A gyermekvállalás jövedelmi hatását úgy tudjuk a legpontosabban mérni, ha a gyermekvállaló családok paramétereit olyan családokkal hasonlítjuk össze, amelyek csak abban térnek el egymástól, hogy a második időszakban született-e gyermekük. Ezért a teljes minta használata mellett egy olyan szűkített mintán is végeztünk becsléseket, amelyben csak olyan háztartások szerepeltek, ahol legalább egy 15 és 49 év közötti, azaz szülőkorú nő volt, és 2001-ben még nem született gyermeke.**

* Mivel ez egy panelregresszió, ezért a $\Delta \text{gyermekszám}_i$ az eredeti differenciálatlan egyenletben az adott időszaki gyermekszámot jelöli.

** A szűkített mintában kb. 350, míg a teljes mintán megközelítőleg kétszer ennyi szülést figyelhetünk meg. Jelen összefoglalóban csak a szűkített mintán becslött eredményeket közöljük. A teljes mintán megfigyelt hatások abszolút értékben kissé alacsonyabbak, de nem térnek el jelentősen az általunk bemutatott eredményektől.

Családi jövedelem

Az előzetes várakozásnak megfelelően azt az eredményt kaptuk, hogy *ceteris paribus* azokban a háztartásokban magasabb a jövedelem, ahol több a kereső és magasabb végzettségű a férfi partner. Emellett minél nagyobb településen élt valaki, annál magasabb a háztartások egy főre jutó ekvivalens jövedelme. Ellenben a nyugdíjasok számának emelkedése nagyon kis mértékben csökkent az ekvivalens jövedelmet.

Ha a gyermekvállalás hatását vizsgáljuk, akkor minden esetben szignifikáns negatív eredményt kapunk. A gyermekvállalás teljes hatása a szűkített mintában 18,4 százalékpontos jövedelem-visszaesés.

Nagyon fontos eredmény, hogy az egy főre jutó ekvivalens jövedelmet nagymértékben, 35-40%-kal felfelé módosítja, ha a férfi háztartástag munkát vált a két időszak között. Ebből arra következtethetünk, hogy a gyermeket vállaló háztartások jelentős része kompenzálni tudja a gyermekvállalás jövedelmi sokkját, hiszen a két időszak között gyermeket vállaló háztartásokban a férfi sokkal nagyobb valószínűséggel vált munkát, mint a kontrollcsoportban lévő háztartásokban. Ugyanakkor a gyermeket vállaló háztartásokban csak minimálisan tér el a munkahelyváltás „hozama” a többi háztartásétól.

Alternatív specifikációkban teszteltük azt, hogy a különböző társadalmi státuscsoportban élőkre más mértékben hat-e a gyermekvállalás, azt tapasztaltuk azonban, hogy a gyermekvállalás minden csoportban megközelítőleg ugyanolyan arányban csökkenti a háztartások jövedelmét, ezért eltekinünk az ehhez kapcsolódó eredmények közlésétől.

3. táblázat. A gyermekvállalás hatása a család jövedelmére

Változók	Csak azok a háztartások, ahol szülőkorú nő van			
A két időszak között gyermek születik	-0,184*** (0,00684)	-0,145*** (0,00688)	-0,149*** (0,00627)	-0,0998*** (0,00631)
Az élettárs munkát vált		0,410*** (0,0129)		0,411*** (0,0123)
Munkaváltás, gyermekvállalás		0,0128 (0,0337)		0,0327 (0,0307)
Kontrollváltozók	nincs	nincs	van	van
Keresztmetszeti megfigyelések száma	1802	1802	1802	1802
Robusztus standard hibák zárójelben *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$				
Minden oszlop külön becslést tartalmaz, amelyek a magyarázó változóknak térnek el egymástól. A függő változó a család egy főre jutó jövedelmének logaritmus.				

Forrás: saját számítás, Életünk fordulópontjai 2001-es és 2004-es hulláma alapján

Következtetések

Tanulmányunk célja az volt, hogy megbecsüljük a gyermekvállalás jövedelemre gyakorolt hatását.

A szakirodalom főként a nők gyermekszülés utáni bérhátrányára koncentrál. Magyarországon azonban legalább ilyen fontos, hogy a háztartások milyen jövedelmi helyzetbe kerülnek közvetlenül a gyermekszülés utáni egy-két évben. Ennek oka, hogy a magyar családpolitika arra ösztönzi a gyermekvállaló nőket, hogy hosszabb távra is kilépjenek a munkaerőpiacról (Köllő, 2008).

Elemzésünk során a KSH–NKI által készített Életünk fordulópontjai című felmérés 2001-es és 2004-es hullámát használtuk. A felmérés előnye, hogy ugyanazokat a családokat többször is lekérdezik, így panelbecslésekkel kontrollálhatunk a családok közötti meg nem figyelt heterogenitásra, és a többi elérhető háztartási panelfelvételhez képest jóval több gyermekszülést figyelhetünk meg. Az adatbázis hátránya azonban, hogy az adatbázis a háztartástagok attitűdvizsgálatára és nem a munkaerő-piaci részvételére koncentrálna.

Vizsgálatunk eredménye szerint a családok ekvivalens jövedelme jelentősen, kb. 10 százalékponttal visszaesik a gyermekvállalás hatására. Sokkal fontosabb eredmény azonban, hogy úgy tűnik, a gyermekvállaló háztartások férfi tagjai sokkal nagyobb arányban váltanak munkát, és ezzel a stratégiával jelentősen ellensúlyozni tudják a gyermekvállalás okozta jövedelmi sokkot. Ez azonban főként az egyébként is jobb helyzetben lévő, nagyobb városokban élő és iskolázottabb férfi háztartástaggal rendelkező családokra volt igaz.

Összefoglalásképpen elmondhatjuk, tanulmányunk eredményei szerint a gyermeket vállaló háztartások jelentős jövedelemhátrányt kénytelenek elviselni Magyarországon, amelyet aggregált szinten kompenzál a háztartások alkalmazkodó munkavállalási stratégiája. Utóbbi részletes megvizsgálása adhatja kutatásunk továbbfejlesztési lehetőségét is.

Felhasznált források

Anderson, D. J. – Binder, M. – Krause, K. (2003): The Motherhood Wage Penalty Revisited: Experience, Heterogeneity, Work Effort, and Work-Schedule Flexibility. *Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 56 No. 2, 273–294.

Bálint Mónika – Köllő János (2007): Gyermeknevelési támogatások. In: Közelkép – Jóléti ellátások és munkakínálat, MTA-KTI.

Buligescu, B. – De Crombrughey, D. – Montesoglu, G. – Montizaan, R. (2009): Panel estimates of the wage penalty for maternal leave. Oxford Economic Papers 61.

Frey Mária (2001): A nők keresőtevékenysége és a gyermekvállalás összefüggései. In: Cseh-Szombaty László – Tóth Péter Pál (szerk.): Népesedés és népességgazdaság, Századvég Kiadó.

Kapitány Balázs (2003): Módszertan és dokumentáció. Az adatfelvétel ismertetése. „Életünk fordulópontjai” – Műhelytanulmányok 2., KSH–NKI.

Köllő János (2008): A gyermeknevelési támogatások munkaerő-piaci hatásai. In: Nagy Gyula (szerk.): Jóléti Ellátások, Szakképzés és Munkakínálat. KTI Könyvek 10.

Spéder Zsolt – Kapitány Balázs (2007): Gyermek: Vágyak és tények. Dinamikus termékenységi elemzések. „Életünk fordulópontjai” – Műhelytanulmányok 6., KSH–NKI.

Spéder Zsolt (2001): Mikor már köztünk vannak...: A gyermekvállalás anyagi-jóléti következményei. In: Spéder Zsolt – Monostori Judit: Mozgások a gyermekszegénységről, KSH–NKI 57–70.

Felhasznált adatbázis

Életünk fordulópontjai, 2001 és 2004-es hulláma: készült a Központi Statisztikai Hivatal Népeségtudományi Kutatóintézetének megbízásából. További információk: <http://demografia.hu/index.php/kutatasok/életünk-fordulópontjai> (letöltés ideje: 2010. 03. 08.).

A tanulmány a szerzők azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Spéder Zsolt

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Szociológia II. szekcióban I. helyezést ért el.

Boda Zsófia – Vörös András

A középiskolai népszerűség – Egyéni és csoportjellemzők a hálózati formációban

A társadalmi kapcsolatháló-elemzés számos empirikus példát mutat arra, hogy az egyéni jellemzők hatással vannak az egocentrikus hálózatok méretére és szerkezetére. Egyes kutatási eredmények részlegesen igazolják bizonyos személyiségvonások és a hálózati pozíció között várt összefüggéseket. Más munkák azonban felvetik, hogy a személyiség szerepe eltűnhet, ha a vizsgált közösségben a releváns háttérváltozók erősen szóródnak.

Tanulmányunk fő kérdése, hogy a személyiség milyen hatással van a diákok népszerűségére, illetve elutasítottságára. Munkánk legjelentősebb eredménye a csoportösszetétel hatásának kimutatása. Úgy tűnik, hogy a közösségek bizonyos háttérváltozók (például az életkor) szerinti heterogenitása önmagában csökkenti a pozitív hálózatok sűrűségét. Az ilyen, szegregáló hatású háttérváltozók heterogenitása háttérbe szorítja a személyiségjellemzők hatását a csoportban. Más változók (például a nem) éppen ellentétes hatást fejtenek ki – az ilyen integráló dimenziók szerint heterogén közösségekben a személyiség szerepe felerősödik.

Elméleti bevezető

A kedveltség, közösségi elfogadottság és a kirekesztettség vizsgálata igen fontos kérdés. A szociometria kifejlesztője, Moreno (1934) a legkedveltebb csoporttagokat, a „sztárokat” kiemelten fontosnak tartotta a közösség szempontjából, a szociometriai választást ugyanis a csoportbeli informális hierarchia kifejeződéseként fogta fel. Hunyady György (1967) kimutatta, hogy iskolai osztályokban a középpontban lévő gyerekek közvetítő szerepet töltenek be a társadalmi normák és a csoportbeli értékek, sztereotípiák között. A népszerűtlenség vizsgálata ugyanakkor nem kevésbé fontos. A csoportbeli elutasítás, amely könnyen kiközösítésé, fizikai vagy verbális erőszakká fajulhat, olyan jelenség, amely számos gyereket sújt iskolai éve alatt, és joggal tart számot a pszichológusok, szociológusok érdeklődésére.

A Big Five

A pszichológiában mindig is fontos kérdésnek számított, hogy a személyiség mely vonásai tekinthetők alapvetőnek, mely dimenziók alapján csoportosíthatjuk az embereket úgy, hogy azok a legjobban visszaadják személyiségük alapszerkezetét. Az utóbbi évek számos kutatása arra utal, hogy ezt az alapszerkezetet öt magasabb rendű faktor határozza meg (Carver–Scheier, 1998). Ezeket Big Five-nak, vagyis a Nagy Ötöknek nevezték el (Goldberg, 1981). A Big Five öt független személyiségdimenzióból áll: extraverzió, együttműködés, neuroticitás, lelkiismeretesség, nyitottság. Nem beszélhetünk azonban egységesen elfogadott Big Five-tesztről – egymáshoz igen hasonló dimenziókkal többféle Big Five-személyiség-

tesztet is kidolgoztak. A tanulmány alapját képező kutatásban egy rövidebb tesztet, a Big Five Inentoryt (BFI) használtuk (John–Srivastava, 1999).

Népszerűség és személyiségjellemzők

Kutatásunk az egyéni személyiségjellemzők és a társas kapcsolathálózati struktúrák közötti kapcsolatok feltárására összpontosít. Az elmúlt évtizedig a hálózatkutatók viszonylag kevés figyelmet fordítottak erre, bár elméleti és empirikus eredmények is arra utalnak, hogy az egyének pszichológiai jellemzői szerepet játszanak a hálózati formációban (Kadushin, 2002; Mehra et al, 2001; Kalish–Robins, 2006; Kalish, 2008).

A pszichológiai és neurobiológiai irodalom számos bizonyítékot szolgáltat arra, hogy a legfontosabb személyiségjegyek egy része, mint a Big Five dimenziói, időben viszonylag állandók, sőt részben genetikailag meghatározottak (Loehlin, 1992; Jang et al, 1996; Loehlin et al, 1998; Bouchard–McGue, 2003). Ez azért is előnyös, mert ilyenkor a személyiség és a hálózati struktúra közötti oksági viszony iránya egyértelmű: a stabil vonások nagy valószínűséggel nem a struktúra kimenetei (Kalish–Robins, 2006). Nem meglepő, hogy a szociológiai hálózatkutatások jelentős része a pszichológiai magyarázók közül épp a Big Five-vonások hatását vizsgálja (Klein et al, 2004; Kalish–Robins, 2006; Kalish, 2008; Roberts et al, 2008).

A Big Five-dimenziók és az egyéni hálózatok összefüggéseivel kapcsolatos empirikus eredmények ellentmondásosak. Néhány elemzés igazolja, hogy az extravertált személyek átlagosan nagyobb (Kalish–Robins, 2006), a neurotikus személyek pedig kisebb (Klein et al, 2004; Kalish–Robins, 2006)

egocentrikus hálózattal rendelkeznek, mint az introvertáltak, illetve a nem neurotikusak. Más vizsgálatokban azonban azt tapasztalták, hogy az extraverzió hatása eltűnhet, ha a mintában bizonyos szocioökonómiai változók (pl. az életkor) nagymértékben szóródnak és ezekre kontrollálunk (Roberts et al, 2008).

Véleményünk szerint Roberts és szerzőtársai (2008) megállapítása összhangban van Kalish és Robins (2006) azon feltevésével, hogy a pszichológiai jellemzők leginkább korlátozatlan társas környezetben* lehetnek hatással a kapcsolathálózatokra. Korlátozatlan társas környezetről akkor beszélhetünk, ha tere marad a szabad választásnak. Mivel a szocioökonómiai jellemzők fontos támpontjai például és a homofília mechanizmusának, így ezek egy magasabb szinten korlátozhatják a kapcsolatok kialakításának lehetőségeit – ha ezek szóródása nagymértékű, a csoportban kevés a hasonló, vagyis az elsődleges szinten megfelelő ember. A választás korlátozott, nem marad hely az egyéni preferenciáknak, a személyiségvonások szerepe háttérbe szorulhat.

A modell

Mivel egyének helyét vizsgáljuk a csoportban, ezért a továbbiakban az egyes személyek hálózatait általában egocentrikus hálózatukat értjük. Az egocentrikus hálózat az adott személyt a középpontba állítva csak az ő másokkal való kapcsolatait tünteti fel (tehát mások egymással kialakított kapcsolataival nem foglalkozik).

* A hálózat korlátozottságára használt angol kifejezés: „network constraint”.

A tanulmányunk elméleti bevezetőjében ismertetett Big Five-személyiségdimenziók és a népszerűség kapcsolatát szeretnénk volna megvizsgálni, így hipotéziseinket is ezek figyelembevételével állítottuk fel. Az adatelemzés során azonban a Big Five faktorszerkezet igazolása sikertelennek bizonyult, ezért létrehoztunk egy attól tartalmilag eltérő, ám önmagában konzisztensnek tűnő struktúrát.*

A új szerkezetet Small Five-nak neveztük el. Az új Small Five faktorok elnevezései, az egyes dimenziókba került itemek az 1. táblázatban láthatók. A táblázat alsó sorában azt is kiemeltük, hogy az új faktorok mely régi Big Five-dimenziókhoz tartozó itemekből állnak.

A következőkben az újonnan kapott személyiségdimenziók és a népszerűség összefüggéseivel kapcsolatos, átalakított hipotéziseinket fogalmazzuk meg. Az áttekintés során a táblázat szerinti sorrendben haladunk, kivéve a felszabadultság esetét, amit az érvényesüléssel együtt kezelünk, mert hasonló hatást várunk tőlük.

Az *érvényesülés* elsősorban a magabiztossággal, kreativitással, célokért való küzdelemmel, vagyis a közösségbeli *láthatósággal* jellemezhető. Hasonlóan a *felszabadultság*, mint az érzelmek szabad kifejezése, a „kiáradás”, szintén olyan tulajdonság, amely nem marad észrevétlen a csoportban. Ezért ezeket „láthatósági dimenzióknak” is nevezhetjük. Hipotézisünk szerint az érvényesülésskálán elért magas pontszám pozitív irányban hat mind a pozitív, mind a negatív egohálózati méretére.

A *szorgalomról* alapvetően azt feltételezzük, hogy a szorgalom, az iskolai teljesítményre gyakorolt hatása miatt, negatívan hat a pozitív és pozitívan a negatív egohálóra. Ez a hatás

* A faktorelemzésről, a régi és új faktorszerkezet közötti hasonlóságokról és különbségekről található egy hosszabb fejezet az eredeti TDK-dolgozatban.

1. táblázat. A „Small Five”-dimenziók tartalma és a hozzájuk közel álló Big Five-dimenziók

1. Small Five faktor Érvényesülés	2. Small Five faktor Szorgalom	3. Small Five faktor Felszabadultság	4. Small Five faktor Kellemesség	5. Small Five faktor Társas igény
képes keresztülvinni az akaratát	nem: hajlamos a hanyagságra	nem: visszafogott, tartózkodó	nem: másokkal vitába száll	szerepi a társaságot, összefüggéseket
ha valamit eltervez, azt végre is hajlja	nem: hajlamos az összevisszaságra	nem: néha félénk, visszahúzó	nem: néha udvariatlan, goromba másokkal	szeret másokkal együttműködni
eredeti, tele van ötletekkel	nem: hajlamos a lustaságra	nem: sokat aggodalmaskodik		
eredeti, mély gondolatai vannak				
Találdékony				
Nyitottság Extraverzió Lelkiismeretesség	Lelkiismeretesség	Extraverzió Neuroticizmus	Együttműködés	Extraverzió Együttműködés

azonban részben az – ugyanilyen irányban ható – iskolai teljesítményen keresztül jelenik meg. Emellett a szorgalmasok elutasítása kisebb mértékben jelenik meg akkor, ha a szorgalom *érték* az adott közösségben, és erősebben, ha a szorgalmat a fogalmak szintjén is *negatívan* ítélik meg.

A *kellemességs*kálán magas pontszámot elérő emberek olyan tulajdonságokkal rendelkeznek, mint konfliktuskerülés, kedvesség, udvariasság. Nem feltétlenül láthatók, de a közösségben senkit sem zavarnak, ezért kedvelik őket. Ezek az emberek hipotézisünk szerint nagyobb pozitív és kisebb negatív egohálózattal rendelkeznek.

A *társas igény* a láthatósági dimenziók és a kellemesség sajátosságait ötvözi abból a szempontból, hogy a benne szereplő egyik tétel, a társas eseményekre való igény *láthatóságot* jelent, míg a másik, a csoportmunkára vonatkozó, valamiféle *kooperációra való hajlamot*. A pozitív egohálózat méretére mindkét komponens pozitívan hat, ezért a társas igény pozitív egohálóra való pozitív hatását feltételezzük; ugyanakkor negatív háló esetén hipotézisünk szerint a láthatóság pozitív, a kooperáció negatív hatással bír az egohálóra, így a két hatás kioltja egymást: negatív egohálók esetén nem várunk összefüggéseket a társas igénnyel.

Adatok

Hipotéziseink empirikus ellenőrzéséhez a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Társadalompolitika Intézetének keretein belül működő Kapcsolatháló- és Oktatáskutató Köz-

pont (RECENS)* által végzett kérdőíves felmérés adatait használjuk fel. A dolgozat szerzői maguk is a kutatóközpont tagjai, így a kérdőívek összeállításában, az adatgyűjtés megtervezésében, előkészítésében és kivitelezésében is tevékenyen részt vettek.**

Az adatfelvételeket 10 kilencedikes középiskolai osztályban végeztük. Ezek közül négy gimnáziumi, kettő szakközépiskolai és három szakiskolai képzésű. Mintánkba 295 diák adatai kerültek be.***

Mérőeszközök

A következőkben az elemzésünkhöz is felhasznált mérőeszközöket mutatjuk be. Kitérünk a kapcsolatok mérésére használt kapcsolatháló-mátrixok, a Big Five Inventory személyiségteszt és a kontrollként használt heterogenitásmutatók jellemzőire.

A kapcsolatháló-mátrix

Kutatásunkban a különböző szempontú kapcsolatokat a kérdőívben elhelyezett táblázatokkal mértük. Az oszlopokban az osztályban tanuló diákok névsora szerepelt, míg a sorokban különböző szempontok voltak felsorolva. A diákoknak meg kellett jelölniük azokat az osztálytársaikat, akikre az egyes megállapításokat igaznak érezték.

* A központ angol elnevezése: Research Center for Educational and Network Studies (RECENS).

** A kutatóközpont munkájáról és a mintavételről bővebben írunk a TDK-dolgozatban.

*** Eredeti TDK-dolgozatunkban részletesebb leíró statisztikák is találhatóak.

Jelenlegi munkánk szempontjából a táblázatok gyenge, erős pozitív, negatív kapcsolatot és az észlelt népszerűséget mérő sorai relevánsak, ezek rendre: „Rokonszenvesnek tartom”, „A barátomnak tartom”, „Ellenszenvesnek tartom”, „Utálom, az ellenségem” és „Népszerűnek tartom”. Az egyes személyekre leadott szavazatot kategóriánként összegeztük. Mivel a kedveltséget és elutasítottságot minden egyén esetén a *többiek* választása mutatja meg, ezért a beérkező foksámokat (in-degree) vizsgáltuk, vagyis azt, hogy az egyént hányan jelölték meg egy adott szempontból. Az egyes személyekre beérkezett szavazatokat az osztályközi összehasonlíthatóság érdekében leosztottuk az osztálylétszámmal.

A BFI-teszt és a Small Five

A BFI, a Big Five Inventory az egyik legrövidebb, 44 tételből álló Big Five-teszt, amelyet 1991-ben készített John, Donahue és Kentle. A BFI rövid megállapításokat tartalmaz, minden esetben egytől ötig terjedő skálán kell jelölnie a teszt kitöltőnek, hogy azokat mennyire érzi magára igaznak.

Az eredeti, angol nyelvű tesztet többször is kipróbálták amerikai és kanadai mintán, ahol az egyes skálák meglehetősen jól működtek: a kutatók átlagosan 0,83 értékű Cronbach-alfákat kaptak a reliabilitásvizsgálat során (John–Srivastava, 1999). A teszt mintánkon nem működött, ezért hoztuk létre végül korábban ismertetett saját mérőeszközünket, a Small Five-ot.

Csoportheterogenitás-mutatók

Az elemzéshez felhasználtuk kontrollként a csoport különböző szempontból vett heterogenitását is. Ezeket a mutatókat a következőképpen adtuk meg: minden osztályra és minden háttérváltozóra külön-külön kiszámítottuk az egyes alminták varianciáját.

Elemzés és eredmények

Elemzésünk fő változói az egyes Small Five-dimenziókban elért pontszámok voltak. Alkalmaztunk azonban különböző háttérváltozókat is, mivel fontos kérdésünk, hogy a személyiségvonások hatása a kapcsolati struktúrát befolyásoló egyéb változók bevonása esetén is megmarad-e. A kontrollváltozók egy része a diákok egyéni tulajdonságaira vonatkozik: mostani tanulmányunkban a nem és az életkor hatását mutatjuk be. A háttérváltozók másik csoportját a fentebb bemutatott, osztályonként kiszámított csoportheterogenitás-mutatók adják (ugyancsak a nem és az életkor esetén).

Terjedelmi okok miatt eredményeink közül néhányat mutatunk be tömör formában. Több más változó esetén is kaptunk hasonló eredményeket, az alábbi két példa azonban megmutatja, milyen jellegű összefüggések fedezhetők fel általában a csoportheterogenitás és az egyéni személyiségjellemzők között, ha a népszerűsége gyakorolt hatásukat vizsgáljuk.

A 2. táblázatban a függő változó a „Népszerűnek tartom” kérdésre kapott bejövő fokszám alapú centralitás volt. Független változóként kétféle háttérváltozó (az életkori összetétel és a nemi összetétel) egyéni és osztályszintű (csoportheteroge-

2. táblázat. Eredmények: egyéni és csoportszintű hatások a népszerűségre

függő változó: népszerűség	(a) személyiség	(b) életkor-összetétel	(c) nemi összetétel
S5 Érvényesülés	0,134** (p=0,028)	0,331** (p=0,001)	-0,101 (p=0,346)
S5 Felszabadultság	0,119* (p=0,051)	0,288** (p=0,002)	-0,013 (p=0,916)
S5 Kellemesség	-0,036 (p=0,555)	-0,235** (p=0,032)	0,035 (p=0,732)
S5 Társas igény	0,133** (p=0,030)	0,233** (p=0,024)	-0,033 (p=0,752)
S5 Szorgalom	-0,281** (p=0,000)	-0,433** (p=0,000)	0,007 (p=0,947)
Egyénszintű háttérváltozó	-	-0,072 (p=0,218)	-0,083 (p=0,188)
Osztályszintű variancia	-	-0,291** (p=0,000)	0,292** (p=0,000)
Interakciók:			
S5 * variancia			
S5 Érvényesülés	-	-0,263** (p=0,010)	0,280** (p=0,009)
S5 Felszabadultság	-	-0,210** (p=0,032)	0,152 (p=0,217)
S5 Kellemesség	-	0,186* (p=0,099)	-0,086 (p=0,392)
S5 Társas igény	-	-0,150 (p=0,149)	0,171* (p=0,093)
S5 Szorgalom	-	0,211** (p=0,047)	-0,277** (p=0,010)
Konstans	0,109** (p=0,000)	0,447** (p=0,041)	0,052** (p=0,007)
Korr. R-négyzet	11,5%	26,3%	23,0%
* p<0,1 ** p<0,05			

nitás) hatását és ezek interakciós hatását tüntettük fel. A táblázatból látható, hogy kétféle hatás létezik: az egyik esetben, mint az élekor esetében, a nagyobb szóródású osztályban eleve *kevesebb* embert tartanak népszerűnek, a személyiségjellemzők hatása pedig a variancia növekedésével csökken. A másik esetben, mint a nemi összetételnél, a nagyobb variancia hatására egyre *több* embert tartanak népszerűnek, a személyiségjellemzők hatása pedig felerősödik. Ezt tekinthetjük az adott változó mentén végbement *szegregációnak* vagy *integrációnak*, azaz egy adott háttérváltozó szerinti heterogenitás vagy megosztja az osztályt, kisebb terepet a szabad választásnak, ezáltal a személyiség szerepét visszaszorítja, vagy épp ellenkezőleg, összetartó erőként működik, terepet adva az egyéni tulajdonságok alapján történő választásnak.

Az eredmények értelmezése

Az itt bemutatott modellek alapján a személyiségdimenziók korrelációi a különböző szempontú hálózatok méretével a legtöbb esetben alátámasztják hipotéziseinket. A háttérváltozókkal kapcsolatban megfogalmazott hipotézisünk is sok esetben beigazolódott: úgy tűnik, hogy a közösségek bizonyos releváns változók szerinti heterogenitása módosítja a személyiségjellemzők hatását a kapcsolathálózatok méretére, miközben gyakran önmagában befolyásolja az osztályon belüli hálózatok sűrűségét (vagyis az átlagos beérkező foksámot). A heterogenitás hatása sokszor hangsúlyosabb, mint az egyéni változók szerepe, bár nem minden esetben oltja ki a személyiség hatását. Ez arra utal, hogy a hálózatok sűrűségét nagyban alakítja a közösség szegregációja vagy integrációja

egy adott változó mentén. A szegregáló hatású háttérváltozók (mint itt az életkor) nagy szórása kiolthatja vagy akár visszafordíthatja a személyiség hatását. Az integráló hatású változók (mint itt a nem) nagyobb szóródása viszont felerősítheti a személyiségjellemzők hatását – ilyenkor a közösség tagjai valószínűleg jobban figyelik egymást, kommunikálnak egymással, így a személyiség szerepe fontosabbá válhat.

Következtetések

Eredményeink több oknál fogva további ellenőrzést igényelnek. Egyrészt fontos lehet a heterogenitás mellett a konkrét megoszlásokat is figyelembe venni. A személyiség hatását a hálózatoméretre ugyanis nem csak a – például nemi – heterogenitás befolyásolhatja, hanem a megoszlás is – hogy az adott közösségben a lányok vagy a fiúk vannak többségben.

Emellett meg kell jegyezni, hogy a dolgozatunkban „szegregáló” és „integráló” hatásúnak nevezett háttérváltozók esetében elemzéseink csak a különböző szempontú hálózatok méretére kifejtett *átlagos* hatást mutatják meg. További igazolásra vár, hogy a releváns változók mentén valóban szegregálódnak vagy integrálódnak-e az osztályok. Ennek a hipotézisnek az ellenőrzéséhez a hálózatelemzés módszertana tűnik a legmegfelelőbbnek.

Felhasznált források

Bouchard, T. J., Jr. – McGue, M. (2003): Genetic and Environmental Influences on Human Psychological Differences. *Journal of Neurobiology*, Vol. 54 No. 1, 4–45.

Carver, C. S. – Scheier, F. S. (1998): Személyiségpszichológia. Osiris Kiadó, Budapest.

Goldberg, L. R. (1981): Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In: L. Wheeler (ed): *Review of personality and social psychology*, Vol. 2, 141–165, Sage, Beverly Hills, CA.

Hunyady György (1967): A szociometriai és a látens ideológiai szerkezet viszonya a csoportban. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 24. évf. 3. sz., 362–377.

John, O. P. – Donahue, E. M. – Kentle, R. (1991): „The Big Five” inventory – version 4a and 54. Technical Report, Institute of personality and social psychology, University of California, Berkeley, CA 94720.

John, O. P. – Srivastava, S. (1999): The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In: Pervin, L. A. – John, O. P. (eds): *Handbook of personality: Theory and research*. Guilford, New York.

Kadushin, C. (2002): The Motivational Foundation of Social Networks. *Social Networks*, Vol. 24 No. 1, 77–91.

Kalish, Y. (2008): Bridging in social networks: Who are the people in structural holes and why are they there? *Asian Journal of Social Psychology*, Vol. 11 No. 1, 53–66.

Kalish, Y. – Robins, G. (2006): Psychological predispositions and network structure: The relationship between individual predispositions, structural holes and network closure. *Social Networks*, Vol. 28 No. 1, 56–84.

Klein, K. J. – Lim, B.-C. – Saltz, J. L. – Mayer, D. M. (2004): How Do Get There? An Examination of the Antecedents of Centrality in Team Networks. *Academy of Management Journal*, Vol. 47 No. 6, 952–963.

Loelhin, J. C. (1992): Genes and Environment in Personality Development. Sage series on individual differences and development, Vol 2, Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA.

Mehra, A. – Kilduff, M. – Brass, D. J. (2001): The Social Networks of High and Low Self-Monitors: Implications for Workplace Performance. Administrative Science Quarterly, Vol. 46(1), 121–146.

Moreno, J. L. (1934): Who Shall Survive? Nervous and Mental Disease Publishing Company, Washington, DC.

Roberts, S. G. B. – Wilson, R. – Fedurek, P. – Dunbar, R. I. M. (2008): Individual Differences and Personal Network Size and Structure. Personality and Individual Differences, Vol. 44 No. 4, 954–964.

A tanulmány a szerzők A középiskolai népszerűség – A személyiségvonások szerepe a hálózati formációban című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Schmidt Andrea

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Szociológia I. szekcióban I. helyezést ért el.

Békés Márton – Farsang Zsuzsanna

Címszavakban

– A manipulatív főcímek hatása a politikai véleményalkotásra

*Empirikus kutatásunkban arra a kérdésre kerestük a választ, vajon az újságok főcímei befolyásolják-e a politikai véleményalkotást. Milyen módon érvényesül a főcímek hatása és mely tényezők befolyásolják a folyamatot? Az eredmények alapján kísérletet tettünk egy, a főcímeiket a politikai véleményalkotásra gyakorolt hatásuk alapján csoportosító tipológia kidolgozására.**

* A tanulmány alapjául szolgáló TDK-dolgozat terjedelmét jelentős mértékben csökkentettük, e tanulmányban elsősorban a fontosabb eredményeket mutatjuk be. Részletkérdésekre – elsősorban módszertani téren – az eredeti munka adhat választ, mely elérhető a www.tdk.uni-corvinus.hu címen.

Bevezetés

Annak vizsgálata, hogy a média és részeként az újságírás milyen hatást gyakorol a politikai véleményalkotásra, hosszú ideje a politikatudomány egyik fontos kutatási területe. Ma már evidens a Lang házaspár (Lang–Lang, 1953) megállapítása, miszerint a médiának éppen az az egyik fő jellemzője, hogy befolyásolja a közvéleményt. Kutatásunkban a befolyásolás egy érdekes részét, a főcímek hatásait vizsgáltuk. Valószínűleg nincs még egy szelete a médiának, ahol annyira sűrítve jelennének meg az információk – és velük a befolyásoló hatások –, mint a főcímek esetében. Ráadásul nem ritka, hogy ugyanaz vagy hasonló hír egészen eltérő címet kap a különböző szerkesztőségekben. Valóban befolyásolják a különböző címek a politikai véleményalkotást? És ha igen, akkor miképpen érvényesül ez a hatás?

A politikatudomány, felismerve a sajtó hatalmát, több megközelítésben is vizsgálta a médiahatások kérdését. Az úgynevezett keretezési („framing”) elmélet hívta fel a figyelmet arra, hogy az események „keretezése”, a sajtó által megalkotott értelmezési kontextusa meghatározó jelentőségű lehet (Goffman, 1974; Entman, 1993), bár e hatást az üzenet jellegétől a társadalmi normákig számos tényező befolyásolja (McLeod et al, 2009). Herman és Chomsky arra is rámutattak, hogy a média nem kizárólag öncélúan gyakorolja hatását, hanem maga is a hatalmi elitek befolyása alatt áll. Az átpolitizált média így válhat modern propagandaeszközzé a mindenkori hatalmi elit kezében (Herman–Chomsky, 1988). Hogyan működik ez a befolyásolás? A médiában megjelenő keretezést vizsgáló kutatások többsége kiscsoportos, laboratóriumi kísérletekre épült (Kioussis et al, 1999; Vreese, 2004; Coleman–Banning, 2006), melyek a keret által előidézett rövid távú véleményváltozást mérték. Emellett azonban számos példa

van a hatások tartalomelemzéses vizsgálatára is (Lang–Lang, 1983; Curtis, 1984; McNair, 1988; Epstein, 1996), melyek inkább a hosszabb távú makroszintű hatásokat vizsgálták.

A főcímek politikai véleményalkotásra gyakorolt hatásairól meglehetősen kevés empirikus munka született, de két fontos következtetést levonhatunk belőlük. Egyrészt a tartalomelemzések bizonyították, hogy az újságok főcímeinek jelentős része félrevezető és pontatlan (Marquez, 1980). Másrészt a különböző kísérletekben egyértelműen szignifikáns kapcsolatot lehetett felfedezni a véleményalkotás és az újság főcíme között (Allport–Lepkin, 1943; Tannenbaum, 1953; Franiuk et al, 2008). Kutatásunkban arra törekedtünk, hogy ezen meglehetősen evidens és az okokat csak részben magyarázó megállapításoknál mélyebben elemezzük a főcímek hatásait. Ennek során kiemelt figyelmet fordítottunk a manipulatív jellegű főcímek hatásának vizsgálatára.

A kutatás felépítése

Figyelembe véve a szakirodalom alapján valószínűsített olyan fontosabb befolyásoló tényezőket, mint a médium típusa, a befogadó tájékozottsága és pártkötődése (Capella–Jamieson, 1997), valamint a téma ismertsége, öt hipotézist állítottunk fel:

- H1: A főcímek befolyásolják az olvasó véleményét.
- H2: Az internetes hírportálokon megjelenő manipulatív címek jobban befolyásolják az olvasókat, mint a nyomtatott sajtóban megjelenők.
- H3: A rendszeres újságolvasókat kevésbé befolyásolják az újságcikkek manipulatív címei.

H4: Az aránylag ismeretlen témáról szóló cikkek manipulatív címei az átlagosnál jobban befolyásolják az olvasókat.

H5: Pártpreferencia szerint eltérő a manipulatív címek által gyakorolt hatás mértéke.

A hipotéziseket utólagos méréssel összekötött kontrollcsoportos kísérletben vizsgáltuk 2010 márciusában. A hipotéziseket egy hírportál és egy hagyományos újság esetében is vizsgáltuk, tehát gyakorlatilag két párhuzamos kísérletet folytattunk le, mind a kettőnél kísérleti és kontrollcsoporttal. Az alanyokat hólabdamódszerrel választottuk ki a Budapesti Corvinus Egyetem Közgáz Campusának hallgatói közül ($N=134$), majd randomizálással négy csoportba osztottuk őket ($32 \leq n \leq 36$).

A kísérletben a kísérleti és a kontrollcsoport ugyanazt a – kísérlethez általunk előállított – újságot, illetve online hírportált kapta meg azzal a különbséggel, hogy a 8-8 cikk esetében a két csoport által kapott címek eltértek. (Lásd 1. táblázat.) A médiumok megalkotásánál a fő szempont az volt, hogy minél jobban csökkentsük a külső érvénytelenség veszélyeit, tehát – elkerülendő a korábbi kutatások visszatérő hiányosságát, az erősen művi vizsgálati helyzetet – minél inkább rekonstruáljuk a valós médiafogyasztási folyamatokat. Ezért nem egy-egy cikket, hanem egy-egy teljes hírportált („Híronline”), illetve napilapot („Reggeli Hírek”) alkottunk meg, a 2-2 legolvasottabb magyar online, illetve nyomtatott országos politikai napilap (az index.hu, az origo.hu, a Népszabadság és a Magyar Nemzet) szerkezeti elemeit és cikkeit felhasználva. A címek megalkotásakor a Siklaki-féle (1997) tipológiát vettük alapul, így a kontrollcsoport főcímeit együttműködő, míg a kísérleti csoportét manipulatív stratégiával alkottuk meg. Az előbbi a cikk lényegét emeli ki, míg az utóbbi ellentétes a szöveggel vagy annak egy mellékes részletét emeli ki. Pél-

dául az egyik cikk a rövidebb szakképzésről szól; a kontrollcsoport a „Viták a rövidebb szakképzésről”, míg a kísérleti az „Életekbe kerülhet a rövidebb szakképzés” címet kapta.

1. táblázat. A kísérletben használt témák és konstruált címeik

	Témák és címek*	Téma ismertsége
1	MSZP-kampánynyitó – Dinamikus nyitás, új világkép – Az MSZP is elkezdte a kampányt	Ismert
2	Román rendőrök magyarországi tevékenysége – Veszélyben hazánk szuverenitása? – Magyar–román rendőri együttműködés	Kevésbé ismert
3	Malévvel kapcsolatos kormányzati tárgyalások – Keményen küzd a kormány a Malév megmentéséért – Ma születik döntés a Malév ügyében	Ismert
4	Rövidebb szakképzés bevezetése – Életekbe kerülhet a rövidebb szakképzés – Viták a rövidebb szakképzésről	Kevésbé ismert
5	Katalán autonómia kérdése – Darabokra szakad Spanyolország? – Katalán autonómia: sokasodó kérdőjelek	Kevésbé ismert
6	Regisztrációs jegy bevezetése – Kezdő lépés egy újabb sarc felé? – Mától az ingyen utazóknak is jegyet kell váltani	Ismert
7	Iráni atomfegyver-fejlesztés kérdése – Atomcsapás Iránra? – Mi lesz, ha Irán atomhoz jut?	Ismert
8	Esztergomi polgármester elleni feltételezett merénylet – Megint hazudik az esztergomi polgármester – Hamvába holt merénylet	Kevésbé ismert

Forrás: saját kutatás alapján, 2010

* A két cím közül az első a kísérleti csoport, míg a második a kontrollcsoport számára megalkotott címet mutatja.

Az újság elolvasására kapott 12 perc után az alanyoknak két kérdőívet kellett kitölteniük. Az első egy 1-től 5-ig terjedő skálás értékelést tartalmazott, melyben meg kellett jelölni, hogy milyen érzéseket keltett az alanyban a cikkben bemutatott esemény. (A fenti példánál értelemszerűen azt vártuk, hogy a kísérleti csoport, noha a cikk szövege ugyanaz volt, negatívabban fog vélekedni a szakképzés lerövidítéséről.) A skálás értékelés után az alanyoknak néhány sorban össze kellett foglalniuk a hírrel kapcsolatos legfontosabb benyomásaikat. A második kérdőív az alany általunk vizsgált főbb jellemzőire irányult, mint az újságolvasási szokásai és pártpreferenciája.

Kvantitatív elemzés: a hipotézisek vizsgálata

A főcímek befolyását legjobban az mutatja, hogy mekkora véleménykülönbség alakult ki a kísérleti és a kontrollcsoport között az adott témával kapcsolatban. Ezt a skálán adott értékelések alapján mértük. A csoportok közötti különbségeket egyes kapcsolattal vizsgálva azt tapasztaltuk, hogy a 16 (8-8) cikkből összesen négy esetben volt szignifikáns* hatása a címnek, és mind a négy eset a hagyományos, nyomtatott napilaphoz tartozott. (Ezek az 1-es, 2-es, 4-es és 7-es témához tartozó címek, melyek az 1. táblázatban vastag betűvel láthatók.) Esetükben a H^2 mutató rendre 9%, 65%, 14% és 23%. Az értékek elemzésekor ismételten hangsúlyozandó, hogy a két

* $\alpha=5\%$. Az empirikus szignifikanciaszintek rendre: 2,2%; 0,0%; 2,0% és 0,2%. Érdeemes megjegyezni, hogy a többi cím esetében nem az elfogadási határon mozgó szignifikanciaszintekről van szó, a nyomtatott napilap esetében 20% feletti, míg a hírportál esetében többnyire 50% feletti értékeket kaptunk.

cikk között csak a címben volt különbség, így például a 65% azt jelenti, hogy a második cikk esetében a cím 65%-ban meghatározta a témával kapcsolatos véleményeket, ami rendkívül erős hatásnak tekinthető.

A 3. hipotézis vizsgálatához, tehát hogy a rendszeres újságolvasás mennyiben befolyásolja a főcímek hatásait, két mutatószámot alkottunk meg. Az újság- és hírportálolvasási mutatószám (UHM) egy relatív mutató ($0 \leq \text{UHM} \leq 60$)*, amelynek magas értéke azt jelenti, hogy a válaszadó a mintában lévőkhez képest sok minőségi újságot, hírportált olvas. A véleményváltozási mutatószám (VVM)** leegyszerűsítve azt mutatja, hogy a kísérleti csoportba tartozó alanyoknál mennyire volt erős hatása a címnek.

Lineáris korrelációval vizsgálva a négy, korábban szignifikáns hatásúnak bizonyult címből három esetében (a 2-es, 4-es és 7-es sorszámú cikkekhez tartozó címeknél) szignifikáns, közepesen erős kapcsolatot találtunk a hírmédiafogyasztás intenzitása és a véleményváltozás mértéke között***. A lineáris regressziós összefüggést ábrázolva (lásd 1. ábra) jól látható is, hogy minél több újságot olvas valaki (minél nagyobb az UHM-mutató), annál kisebb a VVM értéke, tehát annál kevésbé befolyásolják a főcímek****.

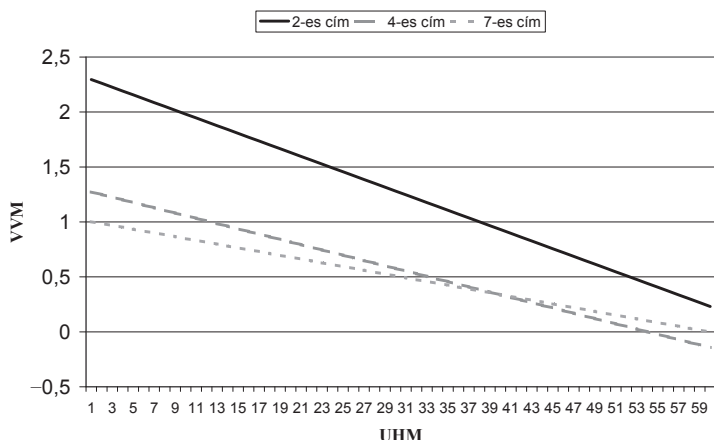
* Az UHM-et a második kérdőívben a médiafogyasztással kapcsolatban feltett kérdések hat változójából képeztük.

** A VVM alapja, hogy a kísérleti csoportba tartozó egyes alanyoknak az egyes cikkek 1–5-ös skálán való értékelése mennyiben tért el a kontrollcsoport átlagától.

*** Az empirikus szignifikanciaszintek a 2-es, 4-es és 7-es cikkeknel rendre 0,7%, 1,8% és 9,3%, így a 7-es cikk esetében csak $\alpha=10\%$ -nál szignifikáns az eredmény; rendre 0,37; 0,36; 0,24.

**** A lineáris regressziónál $\text{VVM} = K + \beta \cdot \text{UHM}$, ahol K rendre: 2,296; 1,273; 1,002; míg β rendre: -0,035; -0,024; -0,017.

1. ábra. A főcímek hatása és a rendszeres újságolvasás kapcsolata



Forrás: saját kutatás alapján, 2010

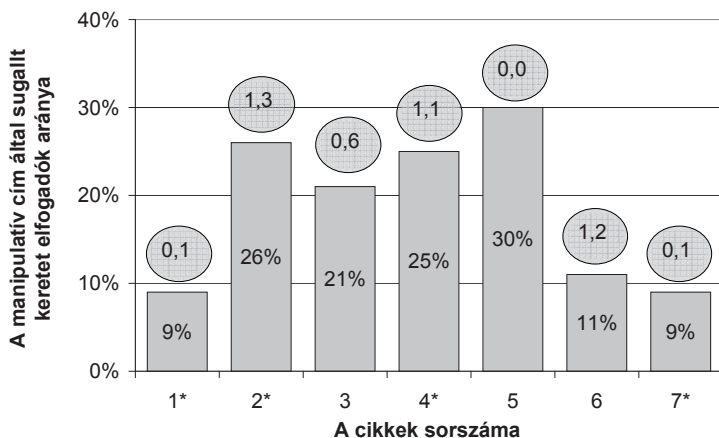
Az előbbieket alapján az egyes és a hármas hipotéziseket – miszerint a főcímek befolyásolják az olvasókat, illetve a rendszeres újságolvasóknál gyengébb ez a hatás – egyértelműen igazoltnak tekinthetjük. A kettes hipotézist azonban – miszerint az internetes hírportálok manipulatív címeinek erősebb volna a hatása – el kellett vetnünk, sőt épp az ellenkezője igazolódott. A negyedik hipotézist szintén el kellett vetnünk, mivel a négy befolyásoló cím között egyenlő volt az ismertebb, illetve kevésbé ismert témához kapcsolódók aránya. Végül szintén el kell vetni az ötödik hipotézist is, mivel 5%-os szignifikanciaszinten nem volt pártpreferencia szerint különbség a címek hatásaiban.

Kvalitatív elemzés – az okok feltárása

A kutatás kvalitatív részének alapját azok a 2-3 soros válaszok jelentették, amelyekben a válaszadó a cikkel kapcsolatos legfontosabb benyomását fejtette ki. A válaszok kódolásának fő szempontja az volt, hogy az alanyok gondolkodása mennyire marad a manipulatív főcímek által kínált keretben. Például a már bemutatott „Életekbe kerülhet a rövidebb szakképzés” cím esetén ha a válaszadó onnan közelítette meg a kérdést, hogy életveszélyes-e az intézkedés, akkor a keretet elfogadó csoportba soroltuk, függetlenül attól, hogy egyetértett-e a címben foglaltakkal.

A kvalitatív elemzés összefoglaló eredményeit – kiegészítve a kvantitatív elemzés során megismert összefüggésekkel – a 2. ábra szemlélteti.

2. ábra. A manipulatív keretek elfogadottsága és erőssége*



Forrás: saját kutatás alapján, 2010

* A 8. cikkhez kapcsolódó címet a kvalitatív válaszok alacsony száma és egyéb módszertani problémák miatt a továbbiakban nem elemezzük.

Az oszlopdiagramok mutatják, hogy az egyes cikkeknel a válaszadók hány százaléka fogadta el a manipulatív cím által felkínált keretet (például: „Tartok tőle, hogy életeket követelhet a rövidítés”). Az oszlopdiagramok fölötti értékek a keretek „erejét” mutatják, tehát hogy a keretek milyen mértékű véleményváltozással jártak együtt a keretet elfogadók körében. A négyes (a rövidebb szakképzésről szóló) cikknél az 1,1 például azt jelenti, hogy az 1–5-ig terjedő skálán a keretet elfogadók értékelése 1,1 ponttal volt alacsonyabb a kontrollcsoporténál, tehát a cím hatására több mint egy ponttal negatívabbra értékelték a tervezett intézkedést. A cikkek sorszámánál csillaggal jelöltük azt a négy cikket, ahol a címnek a kvantitatív elemzés során összességében – tehát nem csak a manipulatív keretet elfogadók körében – szignifikáns hatása volt.

Az eredményekkel kapcsolatban érdemes megfigyelni, hogy a keretek nagyságát mutató oszlopdiagramokon a három legnagyobb érték (legalább 25%) olyan cikkeknel fordul elő, melyeket előzetesen mint kevésbé ismerteket határoztunk meg. Ezzel szemben a három legkisebb érték mindegyike ennek csak fele-harmada (legfeljebb 12%), és érdekes módon ezeket a témákat előzetesen mint ismertebb kérdéseket definiáltuk. Ennek alapján elmondhatjuk, hogy a címek keretezési hatása a kevésbé ismert témák esetében egyértelműen erősebb. Ez arra vezethető vissza, hogy a kevésbé ismert témáknál az olvasók fejében nincsenek készen a címben használtaktól eltérő keretek, alternatív megközelítési módok. A keretezési hatás – tehát az, hogy miről kell beszélni egy adott téma kapcsán – itt erősen érvényesül, míg az ismertebb témáknál a mechanizmus épp fordított.

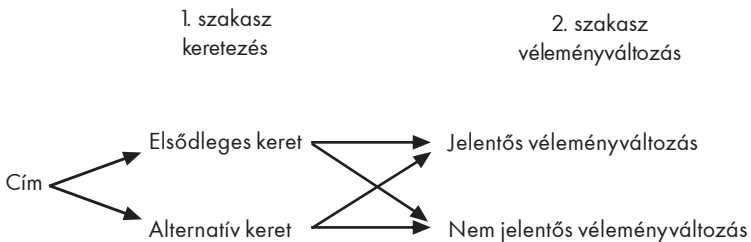
Az eredményekből az is kitűnik, hogy a magas keretezési hatást kiváltó címnek viszont nincs feltétlenül vélemény-

változtató hatása. Látható, hogy például a kvantitatív elemzésben a két legnagyobb hatásúnak bizonyult újságcím a 2-es és a 7-es sorszámú volt, a kvalitatív elemzés szerint viszont a 2-es cím keretezési hatása és ereje az egyik legnagyobb, míg a 7-esé az egyik legkisebb. Érdekes, hogy az 5-ös cikk címének sem a keretet elfogadók körében, sem a többi válaszadónál nem volt véleményváltoztató hatása, ugyanakkor keretként a legnagyobb hatásúnak bizonyult.

Az értelmezéshez el kell választanunk egymástól két tényezőt: a keretbe foglalást („miről kell gondolkozni”) és a véleményváltozást („hogyan kell gondolkozni”). Az eredmények alapján azt mondhatjuk, hogy a főcímben megjelenő keret elfogadása nem feltétlenül jár együtt azzal, hogy az olvasó a keret által képviselt véleményt is elfogadja; illetve ha más keretben gondolkodik egy adott hírről, az nem jelenti automatikusan azt, hogy ellenzi a cím által sugallt véleményt.

Figyelembe véve ezeket a tényezőket, felállíthatunk egy tipológiát a címek hatásmechanizmusára (lásd a 3. ábrán).

3. ábra. A főcímek hatásmechanizmusa



Forrás: saját koncepció, 2010

Az első szakasz a cím keretező hatásával kapcsolatos, ahol két alapvető opció van. Egyrészt lehetséges, hogy a cím elsődleges keretként funkcionál, tehát a válaszadók jelentős része* a cím által sugallt kereten belül marad. Másrészt funkcionálhat a cím alternatív keretként, ami azt jelenti, hogy az olvasók nagy részének a fejében már van kialakult keret a témáról, így a cím által közvetített keret legfeljebb hozzáadódik ahhoz, de nem válik erősebbé.

A második szakasz a véleményváltozásra vonatkozik. A kísérlet eredményeinél láthattuk, hogy az elsődleges és az alternatív keretek is vezethetnek jelentős véleményváltozáshoz, illetve annak teljes hiányához is.

A két szakasz alapján négy címtípust különíthetünk el, melyeket a 4. ábrán mutatunk be. A négy címtípus könnyebb megértésére négy állattal illusztráltuk ezeket. Az állat nagysága a keretező hatást, veszélyessége a véleményváltoztató hatást fejezi ki.

A négy típus a következőképpen jellemezhető:

1. Tigris (erős és veszélyes)

A tigris típusú címek elsődleges keretként jelentkeznek és erős véleményváltoztató hatással rendelkeznek. Ennek megfelelően látványosan és egyértelműen jelentkeznek a hatásaik. (A 2-es és 4-es cikkekhez tartozó címek.)

2. Zsiráf (látványos, de ártalmatlan)

A zsiráf jellegű címek szintén elsődleges keretként je-

* Ezt a „jelentős részt” 25%-ban határoztuk meg. Tekintve, hogy a manipulatív cím által sugallt keret hatásait vizsgáltuk, valójában csak a válaszadók fele találkozott az ezt a keretet sugalló címmel. Ez azt jelenti, hogy a kísérleti csoport esetében a manipulált cím által közvetített keretet elfogadók aránya 40-50% körül mozgott, ami dominánsnak tekinthető.

lentkeznek, de véleményváltoztató hatásuk nem jelentős. (Az 5-ös cikkhez tartozó cím.)





3. Mérges kígyó (alattomosan veszélyes)

A mérges kígyó típusú címek döntően alternatív keretként jelentkeznek, így kevésbé látványosan jelennek meg, inkább hozzáadódnak az emberek fejében már meglévő keretekhez, véleményváltoztató hatásuk viszont jelentős. (Az 1-es és 7-es cikkekhez tartozó címek.)

4. Tengerimalac (nem látványos és ártalmatlan)

A tengerimalac típusú címek alternatív keretként jelentkeznek, és nincs számottevő befolyásoló hatásuk. (A 3-as és 6-os cikkekhez tartozó címek.)

4. ábra. A főcímek típusai

		Véleményváltozás mértéke	
		Jelentős	Nem jelentős
Keret jellege	Elsődleges		
	Alternatív		

Forrás: saját koncepció, 2010

Konklúzió

Kísérleten alapuló kutatásunkban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy az újságok főcímei befolyásolják-e, és ha igen, milyen módon az olvasó politikai véleményalkotását. A felállított hipotéziseket vizsgálva egyértelműen igazoltuk, hogy a főcímek képesek befolyásolni az olvasók véleményét, valamint azt, hogy a rendszeres újságolvasók esetében jóval gyengébb ez a hatás. Beláttuk, hogy az internetes hírportálokon megjelenő főcímek erősebb hatásaira vonatkozó hipotézisünk nem tartható, épp ennek ellenkezője érvényesül.

A kvalitatív elemzés lehetővé tette, hogy jobban megértsük a főcímek hatásainak jellegét. Ennek alapján a főcímek alapvetően két területen hatnak az olvasóra: a témáról való gondolkodási keret kialakításában, valamint az alany véleményének befolyásolásában. Előbbi esetében fontos, hogy az aránylag ismeretlen témák esetében könnyebben fogadják el az olvasók a cím által felkínált keretet, de ez nem feltétlenül jár együtt véleményváltozással.

A kvalitatív és a kvantitatív elemzés eredményei alapján alakítottuk ki a főcímek hatásmechanizmusának kétlépcsős modelljét, melyek alapja a keretbe foglaló és a véleményváltoztató hatás elkülönítése. A modell előnye, hogy meg lehetőséget tesz egyszerű, így könnyen alkalmazható, ugyanakkor jelentős magyarázóereje van a címek hatásával kapcsolatban.

Felhasznált források

Allport, F. H. – Lepkin, M. (1943): Buliding war morale with news-headlines. *The public opinion quarterly*, Vol. 7 No. 2, 211–221.

Capella, J. N. – Jamieson, K. H. (1997): Cognitive bases for framing effects. In: Capella, J. N. – Jamieson, K. H. (eds): *Spiral of cynicism: the press and the public good*. Oxford University Press, Oxford, 58–86.

Coleman, R. – Banning, S. (2006): Network TV news' affective framing of the presidential candidates: Evidence for a second-level agenda-setting effect through visual framing. *Journalism and mass communication quarterly*, Vol. 83 No. 2, 313–328.

Curtis, L. (1984): *Ireland: the Propaganda War*. Pluto, London.

Entman, R. M. (1993): Framing: towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, Vol. 43 No. 4, 51–58.

Epstein, S. (1996): *Impure Science: AIDS, Activism, and the Politics of Knowledge*. University of California Press, Berkeley.

Franiuk, R. – Seefeldt, J. L. – Vandello, J. A. (2008): Prevalence of Rape Myths in Headlines and Their Effects on Attitudes Toward Rape. *Sex Roles*, Vol. 58 No. 11–12, 790–801.

Goffman, E. (1974): *Frame analysis. An essay on the organization of Experience*. Harper & Row, New York.

Herman, E. S. – Chomsky, N. (1988): *Manufacturing consent: the political economy of mass media*. Pantheon, New York.

Kiousis, S. – Bantimaroudis, P. – Ban, H. (1999): Candidate image attributes: Experiments on the substantive dimension of second level agenda setting. *Communication Research*, Vol. 26 No. 4, 414–428.

Lang, G. E. – Lang, K. (1953): The Unique Perspective of Television and Its Effects: A Pilot Study. *American Sociological Review*, Vol. 18 No. 1, 3–12.

Lang, G. E. – Lang, K. (1983): The battle for public opinion: the president, the press, and the polls, during Watergate. Columbia University Press, New York.

Marquez, F. T. (1980): How accurate are the headlines? Journal of Communication, Vol. 30 No. 3, 30–36.

McLeod, D. M. – Kosicki, G. M. – McLeod, G. M. (2009): Political Communication effects. In: Bryant, J. – Oliver, M. B. (eds): Media effects. Advances in theory and research. Routledge, UK, 228–252.

McNair, B. (1988): Images of the enemy. Routledge, London.

Siklaci István (1997): A főcímek demagógiája. Jel-Kép, 18. évf., 2. sz., 97–112.

Vreese, D. (2004): The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 81 No. 1, 36–52.

A tanulmány a szerzők azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Várnagy Réka

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Politikatudományi szekcióban I. helyezést ért el.

Díjazott dolgozatok

A következő oldalakon a Budapesti Corvinus Egyetem Köz-
gáz Campus 2010. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján
helyezést elért, illetve különdíjat nyert dolgozatok listáját kö-
zöljük szekciónkénti bontásban. A dolgozatok elektronikus
változata elérhető a tdk.uni-corvinus.hu oldalon, illetve a BCE
központi könyvtárának adatbázisában.

Agrárközgazdasági szekció

I. díj

Bardóczky Veronika: Az internet szerepe a régió- és településmarketingben
A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdasági és vidékfejlesztési agrár-
mérnöki alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Forgács Csaba

II. díj

*Kadocsa Éva – Ogl Anna: Múlt és jövő – Valóban a TÉSZ jelenti a magyar ter-
melők jövőjét a tsz-es múltra visszatekintő, immár uniós Magyarországon?*

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar gazdasági és vidékfejlesztési agrár-
mérnöki alapszak II. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Tóth József

III. díj

*Lapinskas Attila – Balogh Zsófia: A klaszteresedés hatása a boriparban – Mit
üzen nekünk a Colchagua-völgy?*

Lapinskas Attila a Közgazdaságtudományi Kar pénzügy mesterszak I. évfo-
lyamos, Balogh Zsófia a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok
alapszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Chikán Attila

Különdíj

*Asztalos Péter – Reszkető Tímea: A külföldiek termőföldvásárlásának lehetsé-
ges hatásai a magyar mezőgazdaságra és a magyar vidék helyzetére*

Asztalos Péter a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságelemzés alapszak III.
évfolyamos, Reszkető Tímea a Gazdálkodástudományi Kar számvitel mester-
szak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Asztalos László

*Miszoglád Henrik – Dembrovski Sándor: Gazdasági együttműködés a mező-
gazdaságban*

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar gazdasági és vidékfejlesztési agrár-
mérnöki alapszak III. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Tóth József

Rábai Ágnes – Horváth Orsolya: Tej vagy gabona?

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak III.
évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Tóth József

Befektetések szekció

I. díj

Monostori Zoltán: *Az öt éves, magyar, szuverén, fix kamatozású forintkötvények hozamainak dekompozíciója*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csávás Csaba

II. díj

Gyarmati Ákos: *CDO-k árazása és szerepük a pénzügyi válságban*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Medvegyev Péter

Vigh Gábor: *A CDS pénzügyi alkalmazása és árazása*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Medvegyev Péter

III. díj

Szilágyi György: *Etikus befektetési alapok*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Havran Dániel

E-business szekció

I. díj

Tóth Tímea: *A közösségi kölcsönzés magyarországi kérdései*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar marketing mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mihályi Eszter

II. díj

Kovács Dávid – Frang Géza Attila: *Üzleti modellek a magyar online brókerpiacon*

Kovács Dávid a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak, Frang Géza Attila a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Duma László

III. díj

Czikora Tamás: *A Twitter lehetőségei – Üzleti modellek megvalósíthatósága és a jövő*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási kommunikáció szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Horváth Cecília

Svéda Balázs: *A megosztás ereje. A Social Media mint vállalati kommunikációs felület*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kis Gergely

Egészségügy-gazdaságtan szekció

I. díj

Kovács Eszter: *Sclerosis Multiplex -betegek életminőség- és betegségteher-felmérése Magyarországon*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Péntek Márta

II. díj

Hunyadi Edit: *Parkinson-kóros betegek betegségteher-felmérése Magyarországon, 40 beteg keresztmetszeti vizsgálata: költségek és életminőség*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közszolgálati alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Érsek Katalin

Mikudina Boglárka: *Epilepszia betegségteher-felmérés Magyarországon*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdálkodás és közpolitika mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Érsek Katalin

III. díj

Fuchs Bettina: *Pénzt vagy életet? – A lakossági önrészfizetés az egészségügyben*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közszolgálati alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Baji Petra

Mészáros Thomas Richard: A veseátültetés egy új megközelítése
A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságelemzés alapszak III. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Tasnádi Attila

Különdíj
Ásványi Vera: Világegészségügy és gyógyszeripar a 21. század elején – India lehetőségei
A szerző a Közgazdaságtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Simai Mihály

Gazdaság- és társadalomtörténeti szekció

I. díj
Pásztor Ádám: Japán csoda a filmvászonon – az ifjúság kegyetlen történetei
A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Sárosi Mária

II. díj
Lakatos Gergely: Történelmi klímaváltozások hatása a gazdaságra és a társadalomra
A szerző a Gazdálkodástudományi Kar regionális és környezetgazdaságtan mesterszak II. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Nováky Erzsébet

III. díj
Molnár Gyula: Az amerikai személyautó-ipar a II. világháborútól az ezredfordulóig
A szerző a Társadalomtudományi Kar politológia alapszak III. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Sárosi Mária

Különdíj
Polgár Péter: Ágnes, aki a „Szegények szolgálója” lett – száz éve született Teréz anya
A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok alapszak I. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Sárosi Mária

Gazdaságelemzés és gazdaságmodellezés

I. szekció

I. díj

Gánics Gergely Ákos: *Econometric Analysis of the Hungarian BEER*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar nemzetközi gazdálkodás alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kotosz Balázs

II. díj

Szűcs Ferenc – Simonovits Gábor: *Control over Bureaucracy: The Controversial Role of Complaints*

Szűcs Ferenc a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos, Simonovits Gábor a Közép-európai Egyetem közgazdasági elemző mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Lakos Gergely

III. díj

Orbán Krisztina: *Egy viselkedés-közgazdaságtani modell*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságelemzés alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Vincze János

Különdíj

Wallner András – Kiss Tamás: *Vagyonosodási döntések modellezése*

A szerzők a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak III. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Selei Adrienn

Gazdaságelemzés és gazdaságmodellezés

II. szekció

I. díj

Csató László: *Tényleg csak matematika?: A korlátlan tengeralfutó-háború szimulációs vizsgálata*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Benedek Gábor

Somogyi Róbert: Ármerevség vizsgálata ágens alapú szimulációs megközelítéssel

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Vincze János

III. díj

Zsolyom Adriána: Die Analyse des Braess-Paradoxons

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak

III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Pintér Miklós

Gazdaságfejlesztés és vállalkozástörténet szekció

I. díj

Farkas Péter: Tradíció és innováció az alföldi biogazdálkodásban a Virágoskút Kft. példáján

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar logisztikai menedzsment mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Pozsgai Péter

Nagy-Szilitsán Eszter: Vállalkozások új növekedési pályán

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási kommunikáció szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csité András

II. díj

Szabó Tamás: A Wolfner Gyula és Társa Bőrgyár története az alapítástól az első világháborúig

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar nemzetközi gazdaság és gazdálkodás mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Pozsgai Péter

III. díj

Berezvai Zombor: Magyarország pénzügyi stabilizációja az első világháború után

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Pozsgai Péter

Pekk Emese: Egerszalók településfejlődése a rendszerváltástól napjainkig
 A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak II. évfolyamos hallgatója.
 Konzulens: Tózsza István

Különdíj

Székelly Balázs: A gazdasági fejlettség különbségei és a népességmegtartó erő az aszódi kistérségben
 A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak I. évfolyamos hallgatója.
 Konzulens: Pozsgai Péter

Gazdasági rendszerek, intézmények, szabályozás szekció

I. díj

Simonovits Gábor – Szűcs Ferenc: Looking back or looking out? – A reevaluation of economic voting
 Simonovits Gábor Közép-európai Egyetem közgazdasági elemző mesterszak I. évfolyamos, Szűcs Ferenc a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.
 Konzulens: Muraközy Balázs

II. díj

Hum Antal: Antiracionalista szemlélet és az állam kiterjedése Hayek gondolataiban
 A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.
 Konzulens: Gedeon Péter

Molnár Tímea: Institutional Constraints as Primary Source of Social Exclusion
 A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.
 Konzulens: Szent-Iványi Balázs

Különdíj

Farkas Ádám: Tisztességes verseny és közbeszerzés
 A szerző a Gazdálkodástudományi Kar nemzetközi gazdálkodás alapszak II. évfolyamos hallgatója.
 Konzulens: Bara Zoltán

Jendrolovics Máté: Sikeres csatlakozás?

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Trautmann László

Gazdaságpolitika szekció

I. díj

Csiffáry Emília: Az innováció és verseny kapcsolata Magyarországon

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Muraközy Balázs

II. díj

Reizer Balázs: A 2006-os „kétszeres minimálbérszabály” hatása a szürkegazdaságra

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Köllő János

III. díj

Buzás Renáta: Velük vagy ellenük? A multinacionális vállalatok szerepe a hazai innovációs klaszterekben a Pólus Program tükrében

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar regionális és környezetgazdaságtan mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Chikán Attila

HR és szervezetfejlesztés szekció

I. díj

Ábrahám Zsolt – Simonovits Gábor – Szigel Ferenc: Bárhol megoldás lehet egy klaszter?

Ábrahám Zsolt a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos, Simonovits Gábor a Közép-európai Egyetem közgazdasági elemző mesterszak I. évfolyamos, Szigel Ferenc a Közgazdaságtudományi Kar közgazdálkodás és közpolitika mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bakacsi Gyula

III. díj

Hóbor Adrienn Katinka: A megváltozott munkaképességű emberek nyílt munkaerő-piaci foglalkoztatása

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Takács Sándor

Ondok Renáta: *Harc a legjaváért – Kompetenciamodell-elemzés és a megfelelő munkavállalók megszerzését célzó stratégia hatékonysági vizsgálata a GE példáján*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Takács Sándor

Információmenedzsment szekció

I. díj

Bora Zsuzsanna: Folyamat és szimuláció

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Fehér Péter

Rábai Valéria: Folyamatmodellezési módszertanok összehasonlítása

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Fehér Péter

II. díj

Fülöp Árpád – Virág Péter: A hagyományos és kvantumkriptográfia felhasználási lehetőségei a gazdasági életben

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak II. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Lovrics László

Madarász András – Madarász Viktor: Kompetencia alapú munkakörtervezés és munkaerő-kiválasztás informatikai támogatása

Madarász András a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak II. évfolyamos, Madarász Viktor a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Vas Réka Franciska

Informatika szekció

I. díj

Oroszi Eszter Diána: Social Engineering audit – a biztonságtudatosság tesztelése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csetényi Arthur

II. díj

Pesuth Tamás – Barna Balázs: Tudományok összhangja – Az adatbányászat szerepe közgazdasági problémák megoldásában

Pesuth Tamás a Közgazdaságtudományi Kar pénzügy mesterszak I. évfolyamos, Barna Balázs a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Cser László

III. díj

Valentiny Ádám: Infokommunikációs technológiák használata a magyar közgazdaságban

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Major Iván

Zalabányi Krisztina: Weboldaltervezés napjainkban – avagy milyen változásokat hozhat az informatika egy kisvállalkozás életében?

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csetényi Arthur

Jövő kutatás szekció

I. díj

Neszveda Gábor: Hírpiacok előre jelző képessége

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Hiideg Éva

II. díj

Benedek Zsófia: A norvég hulladékgazdálkodás időbeli-területi különbségei és a hulladékkérdés kezelése Bergenben

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar regionális és környezetgazdaságtan mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulensek: Korompai Attila és Nováky Erzsébet

III. díj

Lakatos Gergely: A globális felmelegedés hatása a gazdaságra és a társadalomra

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar regionális és környezetgazdaságtan mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Nováky Erzsébet

Környezetgazdaságtan szekció

I. díj

Bárdy Péter: Public Policy Evaluation of the National Energy Efficiency Action Plan of Hungary

A szerző a Társadalomtudományi Kar politológus–közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bezegegh András

II. díj

Dóci Gabriella: Szénbe ágyazva, avagy a szén-dioxid leválasztása és geológiai tárolása mint klímavédelmi eszköz

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológia levelező szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Zilahy Gyula

Madácsi Ádám – Wale Almaz: Green is cool – avagy a környezeti attitűd befolyásolásának lehetőségei a fiatalok körében

Madácsi Ádám a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak, Wale Almaz a Gazdálkodástudományi Kar nemzetközi gazdálkodás alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Marjainé Szerényi Zsuzsanna

Különdíj

Kálmán Orsolya Anna: Csillagfény az alagút végén – Avagy a fényszennyezés jelene a Zselici Csillagoségbolt-park, valamint a Hotel Kardosfa példáján keresztül

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kocsis Tamás

Környezeti menedzsment szekció

I. díj

Nádasy Katalin Bernadett: Fenntartható fogyasztási módokkal kapcsolatos fogyasztói attitűd vizsgálata

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kerekes Sándor

II. díj

Tóth Eszter Lilla: $2 \times 2 =$ néha több

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar turizmus-vendéglátás alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Zsóka Ágnes

III. díj

Kircsi András – Novák Viktor: A környezettudatos befektetések jövője a globális tőkepiacon

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Marjainé Szerényi Zsuzsanna

Rosta Katalin: Korhadó cédrus és hervadó virág? Az ököcímkerendszerek hatékonyságának és fejlődési lehetőségeinek elemzése Magyarországon és az Európai Unióban

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Zsóka Ágnes

Közgazdálkodás és közpolitika szekció

I. díj

Kemény Kornél: A felsőoktatás finanszírozása

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közszolgálati alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szalai Ákos

II. díj

Gocs Réka: A magyar szakképzés kiútkeresési lehetőségei

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Németh András Olivér

III. díj

Kiss Ágota: A közszolgálati televíziók finanszírozása Magyarországon

A szerző a Társadalomtudományi Kar kommunikáció és médiatudomány alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Gálik Mihály

Szabó Erika: Hatékonyságnövelés vagy egy nagyvállalat szétaprózása?

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bordáné Rabóczki Mária

Különdíj

Ábrahám Zsolt: Magyarország versenyképessége a kkv-stratégia tükrében

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szepesi Balázs

Logisztika és ellátáslánc-menedzsment szekció

I. díj

Gémesi Katalin: Beszállítói kapcsolatok a szolgáltatási ellátási lánc központi vállalatának szemszögéből

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Gelei Andrea

II. díj

Havasi Zoltán: A magyarországi kis- és középvállalkozások beszerzési gyakorlata

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Vörösmarty Gyöngyi

III. díj

Nagy Zsófia: Lean az egészségügyben – A beteg-előjegyzési folyamat vizsgálata a Szent Margit Rendelőintézetben

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Jenei István

Magatartás-tudományi és kommunikációelméleti szekció

II. díj

Horváth Enikő: Értelem és érzelem a pókerben

A szerző a Társadalomtudományi Kar kommunikáció és médiatudomány alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Sass Judit

Szabó Veronika: „Akadályverseny” – Demokráciára nevelés színházzal Magyarországon

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológus–közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Gázsó Ferenc

III. díj

Németh Eszter: Esettanulmány cochleáris implantáción átesett tanulókról a pedagógiai többletszolgáltatások tükrében

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szakos közgazdásztanár szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Lányiné Engelmayer Ágnes

Recsetár Kinga: B2F, magatartásváltás egy felelősebb viláágért

A szerző a Társadalomtudományi Kar kommunikáció- és médiatudomány mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Sass Judit

Különdíj

Boda Zsófia – Ágoston Gabriella: A testképpel való elégedetlenség okainak elemzése 6–8. osztályos magyar fiatalokból álló mintán

Boda Zsófia a Társadalomtudományi Kar kommunikáció–szociológia szak V. évfolyamos, Ágoston Gabriella az ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar pszichológia mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Schmidt Andrea

Makrogazdasági és politikai elemzések szekció

I. díj

Soós Gábor Dániel: Munkapiac , valamint fiskális és monetáris politika a DSGE modellben

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Vincze János

II. díj

Mérő Bence: A humanoid robotok alkalmazásának makrogazdasági hatásai

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Major Klára

III. díj

Zágonyi Ádám: A Magyar Nemzeti Bank 2002-es döntéseinek elemzése

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szabó-Bakos Eszter

Management and Economics in the New Millennium

I. díj

Bodrog András: *The China Effect – Chinese technology enterprises going global*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mészáros Ádám

II. díj

Dencsi Attila: *Acquisitions – The Entry of China and India to the Global Car Market*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Incze Emma

III. díj

Solti Gábor – Pölöskei Péter: *The New Source of Competitive Advantage – The Role of Corporate Social Responsibility in the Automotive Industry during the Global Crisis*

Solti Gábor a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szakos közgazdász-tanár szak V. évfolyamos, Pölöskei Péter a Közgazdaságtudományi Kar nemzetközi gazdálkodás mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Matolay Réka

Marketingkommunikáció szekció

I. díj

Győri Annamária: *A tanácsadószakma általános megítélésének vizsgálata*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mandják Tibor

II. díj

Siegler Bálint – Stancsics Nóra: *Életre szóló márkaságok – Márkaépítés közösségi médián keresztül*

Siegler Bálint a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak, Stancsics Nóra a Gazdálkodástudományi Kar turizmus-vendéglátás alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Jenes Barbara

Különdíj

*Dobos Éva: Mobilszolgáltatók online fogyasztói márkáértéke és annak forrása
A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.*

Konzulens: Nádasi Katalin

Sipos András: Marketingkommunikációs stratégia építése a pénzügyi-szolgáltatás szektorban

A szerző a Társadalomtudományi Kar kommunikáció–szociológia szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Nyíró Nóra

Marketingkutató és fogyasztói magatartás szekció

I. díj

Sas Dóra: Nemcsak a húszéveseké a világ! – Kommunikáció az 50+ generációval

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar kereskedelem és marketing alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulensek: Hofmeister-Tóth Ágnes és Jenes Barbara

II. díj

Farkas Edina: Költekező kiskirályok, avagy a kiskamaszok márkák és reklámok iránti attitűdjének vizsgálata

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar marketing mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Jenes Barbara

III. díj

Antal Ágnes: A divatreklámok és az ideális énkép kölcsönhatásának vizsgálata a luxusmárkák tükrében

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar marketing mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mitev Ariel

Szalai Brigitta Barbara: Kávézók szolgáltatásminőségének mérése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar kereskedelem és marketing alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Simon Judit

Marketingstratégia szekció

I. díj

Perger Júlia: A European Youth Parliament marketingstratégiájának megalkotása a nemzetközi nonprofit szervezetek sajátosságainak tükrében

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar kereskedelem és marketing alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Jenes Barbara

II. díj

Kutassy Csilla: A lojalitásprogramok menedzselése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar marketing mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Gyulavári Tamás

III. díj

Jentetics Kinga: Music Branding – A zenei márkázás marketingstratégiai integrációja

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar marketing mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Jenes Barbara

Különdíj

Balázs Réka Blanka: Márkaépítés az olasz divat- és luxustermékek piacán

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar marketing mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mitev Ariel

Taródy Dávid – Ferincz Adrienn: Az analitikus online eszközök szerepe a marketingstratégia mérésében és alakításában

Taródy Dávid a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos, Ferincz Adrienn a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szabó Zsolt Roland

Nemzetközi tanulmányok szekció – Biztonságpolitikai kihívások

I. díj

Pikó Tibor: UÇK Company

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kemenszky Ágnes

II. díj

Andzsans-Balogh Kornél: Milyen fejlődési pályák elé néz a türkmén gázipar?

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Deák András György

Polyák Pálma – Kaderják Anita: A világ megmentése túl drága? Kína stratégiája a globális környezetvédelmi együttműködésben

Polyák Pálma a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok alapszak, Kaderják Anita a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bálint Eszter

III. díj

Péczei Anna: Kényszerek vs. remények – avagy szükségesek-e az atomfegyverek?

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Balogh István

Nemzetközi tanulmányok szekció – Dilemmák az Európai Unióban és perifériáján

I. díj

Fekete Dávid: Der „Ulmer Prozess“ und die europäische Donaustrategie
A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok alapszak III.
évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Bradean Nelu

II. díj

Kiss Veronika: Van-e élet Koppenhága után? – A klímaváltozás elleni küzdelem kilátásai
A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok mesterszak I.
évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Kaponyi Erzsébet

III. díj

Nagy Gábor: Az EU-orosz kapcsolatok kilátásai a 2004-es bővítés óta eltelt fényében
A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Sz. Bíró Zoltán

Különdíj

Benkő Anikó: Tauziehen am Schwarzen Meer
A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.
Konzulens: Szávai Ferenc

Nemzetközi tanulmányok szekció – Történelmi tétellel

I. díj

Csiszár Eszter: *Rasid Ganúsi és a tunéziai iszlamista mozgalom diskurzuselméleti megközelítése*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csicsmann László

Egeresi Zoltán: *Repedező nemzetállam? A török nemzetépítés és kurd nemzetalkotás*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulensek: Csicsmann László és Lugosi Győző

II. díj

Ivánics Vera: *Az osztrák államszerződés dilemmája*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kőváriné Ignáth Éva

Tóth Manó Gábor: *Reckoning with the Past in Eastern Europe: An International Approach*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok alapszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szávai Ferenc

III. díj

Farkas Attila: *Bolond szabadság – A kanti második definitív cikk a XX. században*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Marton Péter

Molnár Gergely: *Ortodox diskurzus a posztszovjet Oroszországban*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Békési László

Pénzügy szekció

I. díj

Antal Áron: Jelzáloghitelek értékesítési csatornái Európában és hazánkban
A szerző a Közgazdaságtudományi Kar pénzügyi szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Ligeti Sándor

III. díj

Barna Zsuzsanna: A Közép-Kelet-Európába irányuló kínai működőtőke-export

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar nemzetközi gazdálkodás alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mészáros Ádám

Csortos Orsolya: A magyar lakosság eladósodottságának alakulása

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Varga Gergely

Különdíj

Kotán Gergely: Az iszlám bankrendszer, avagy variációk egy témára

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar pénzügyi szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Michaletzky Márton

Politikatudományi szekció

I. díj

Békés Márton – Farsang Zsuzsanna: Címszavakban. A manipulatív főcímek hatása a politikai véleményalkotásra

Békés Márton a Társadalomtudományi Kar politológia alapszak III. évfolyamos, Farsang Zsuzsanna a Társadalomtudományi Kar politikatudomány mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Várnagy Réka

II. díj

Reich Jenő: *Listen to Your Heart: Populáris kultúra és politikai azonosulás*
A szerző a Társadalomtudományi Kar politikatudomány mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Karácsony Gergely

III. díj

Závecz Gergő: *A bizalom és a gazdasági viselkedés két formájának kapcsolata mikroszinten*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Karácsony Gergely

Stratégiai menedzsment szekció

I. díj

Taródy Dávid – Ferincz Adrienn: *On the recommendation of my dentist – Key ingredients of the entrepreneurial success*

Taródy Dávid a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos, Ferincz Adrienn a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szabó Zsolt Roland

II. díj

Branyiczki Dóra: *Felvásárlás vagy stratégiai szövetség?*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Buzder Lantos Gábor

III. díj

Karakas Ádám: *Vállalatközi kapcsolati rendszerek, Market Építő Zrt. és a Wing Csoport*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szabó Zsolt Roland

Szoleczki Zoltán: *Zeneipar 2.0 – Üzletimodell-váltás a zeneiparban*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Incze Emma

Számvitel szekció

I. díj

Horváth Detre: Az ingatlanadó megvalósítása Magyarországon, avagy adalékok egy 26 napos adó történetéhez

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Mohl Gergely

II. díj

Versits Tímea: Milyen módosításokra lehet szükség a transzferárazási módszerekben recesszió idején?

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Márton Réka

III. díj

Salamon Éva: Transzferárazás

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bosnyák János

Szociológia I. szekció

I. díj

Kisfalusi Dorottya: Társas kapcsolatok és iskolai ellenkultúra egy szegregáló iskolában

A szerző a Társadalomtudományi Kar kommunikáció–szociológia szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bartus Tamás

Boda Zsófia – Vörös András : A népszerűség egyéni meghatározói – A személyiségvonások szerepe a hálózati formációban

Boda Zsófia a Társadalomtudományi Kar kommunikáció–szociológia szak V. évfolyamos, Vörös András a Társadalomtudományi Kar szociológus–közgazdász szak hallgatója .

Konzulens: Schmidt Andrea

II. díj

Amon Katalin: „A cigányok olyan árut adnak el, ami nem is tetszik nekik” – Nemzet- és osztályépítés: a manele elutasításának dimenziói és céljai Romániában

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi tanulmányok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kacsuk Zoltán

III. díj

Bander Katalin: Bolognai à la carte: ki mit választ? Hallgatói stratégiák a bolognai rendszerben

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológia alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Hrubos Ildikó

Boda Zsófia – Sipos Róbert: A középiskolai teljesítmény. Elemzés és modellezés.

Boda Zsófia a Társadalomtudományi Kar kommunikáció–szociológia szak V. évfolyamos hallgatója, Sipos Róbert a BME Villamosmérnöki és Informatikai Kar mérnök informatikus mesterszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Schmidt Andrea

Különdíj

Susánszky Pál: Kollektív cselekvés és szabad szoftver közösségek

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológia szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bartus Tamás

Szociológia II. szekció

I. díj

Rigó Emese: A magyar gazdasági és politikai felsővezetői réteg értékvizsgálata a 90-es évek végén

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológia alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Lengyel György

Reizer Balázs – Seres Gyula: A gyermekvállalás hatása a családi jövedelemre Magyarországon

A szerzők a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Spéder Zsolt

II. díj

Geszler Nikolett Barbara: *A magyar politikai és gazdasági elit európai szintű karriervállalási hajlandósága*

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológia alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Lengyel György

Ördög Zita: *Állami cégek, vezetői bérek*

A szerző a Társadalomtudományi Kar szociológia alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Lengyel György

III. díj

Adler Tamás: *What happened in Qana?*

A szerző a Társadalomtudományi Kar kommunikáció–szociológia szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Hadas Miklós

Különdíj

Kiss Eszter: *A rendszeres szociális ellátás hatása a gazdasági aktivitásra és a segélyezett romák életmódjára*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Ladányi János

Turizmus és közlekedés szekció

I. díj

Batki Lilla: *Nagyberuházások kis falvakban – Egészségturisztikai beruházások gazdasági és társadalmi hatásai a falvak életére Egerszalók példáján keresztül*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar turizmus-vendéglátás alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Nemes Andrea

II. díj

Bálint Brigitta – Virovecz Anna: *Graefl-kísértetkastély Kétútközön*

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar turizmus-vendéglátás alapszak III. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Nemes Andrea

III. díj

Stancsics Nóra – Tóth Eszter Lilla – Turóczi Bálint: Győr fejlesztési terve – egy város lehetőségei, avagy a lehetőségek városa

Stancsics Nóra és Tóth Eszter Lilla a Gazdálkodástudományi Kar turizmus-vendéglátás alapszak III. évfolyamos hallgatói, Turóczi Bálint a Gazdálkodástudományi Kar kereskedelem és marketing alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Jászberényi Melinda

Üzleti döntések szekció

I. díj

Békés Márton: Radar a gödörben. A zengői és tubesi lokátorépítés komplex elemzése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Marjainé Szerényi Zsuzsanna

II. díj

Bálint Lilla: Társadalmilag felelős befektetési alapok teljesítménye Magyarországon

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar pénzügy mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Matolay Réka

III. díj

Mészáros Orsolya – Szűcs Viktória Mónika: Az intuíció hatása a vezetői döntésekben

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak II. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Zoltayné Paprika Zita

Vállalatgazdaságtan szekció

I. díj

Bakonyi Zoltán: Ki van az alkuszok hálójában?

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Chikán Attila

II. díj

Lőrincz Emil Dávid – Sz. Kiss Júlia: A co-creation mint az értékteremtés egy új formája

Lőrincz Emil Dávid a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak, Sz. Kiss Júlia a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak III. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Buzder Lantos Gábor

III. díj

Karácsony Orsolya: A műfordítások piacelemzése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdaságinformatikus alapszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Wimmer Ágnes

Kékesi Zsuzsa: A márkák pénzügyi értékelése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Juhász Péter

Vállalati pénzügyek szekció

I. díj

Balog Dóra: Kockázat alapú tőkeallokáció – alkalmazások és módszerek

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar gazdaságmatematikai elemző közgazdász szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csóka Péter

II. díj

Bukovszky Szilveszter: Kenyai krumpliföldek, szépségszalonok és az európai befektető - egy P2P mikrohitel-portfólió elemzése

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar pénzügy mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szűcs Nóra

Különdíj

Dobos Annamária: Az európai nagyvállalatok készpénztartási szokásainak vizsgálata az elmúlt évtizedben

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar pénzügyi szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Havran Dániel

Tran Thanh Diem Quynh: Saját kárán tanul a bölcs

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar pénzügy és számvitel alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Havran Dániel

Vállalkozás szekció

I. díj

Molnár Balázs: Földre magyar! – A mezőgazdaság fejlesztése

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kerékgyártó Gábor

II. díj

Vörösházi Ágota: Akik nem vizet prédikálnak – A Pannonhalmi Apátság Pinceszét bemutatása

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Kerékgyártó Gábor

III. díj

Stang Krisztina: Szociális boltok: Haszon vagy elvűség?

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Petheő Attila

Különdíj

Ábrahám Zsolt – Bakonyi Zoltán: Miként reagálhatunk a növekvő kiskereskedelmi versenyre?

A szerzők a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Chikán Attila

Vállalkozásfejlesztés szekció

I. díj

Mezei Bálint: *Fejlődés vagy vergődés? – a hazai gyógyszergyártók üzleti elemzése (2005–2010) a Krka benchmark adatainak segítségével*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vállalkozásfejlesztés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Fiáth Attila

II. díj

Kovács Gergely: *Megújuló műanyag?*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar nemzetközi gazdálkodás alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Csubák Tibor

III. díj

Kiss Richárd: *Értékközpontú Kiszervezés*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vállalkozásfejlesztés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Virág Miklós

Molnár Szabolcs: *Ötlettől a késztermékig, innovációs stratégia megvalósítása a Zwack Unicum Nyrt. konkrét példáján*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar nemzetközi gazdálkodás alapszak IV. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Hoffer Ilona

Versenypolitika (mikroökonómia) szekció

I. díj

Szolnoki Endre: *Nagyméretű kereskedők és beszállítóik kapcsolatának elemzése*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szakadát László

Tisza Gabriella: *Kétoldalú piacok – a magyar fizetési kártya piac*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar közgazdasági szakos közgazdászstanár szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Bakó Barna

III. díj

Kolta Emánuel: *Hogy miért olcsó a Tesco gazdaságos tej? Avagy vertikális termékdiskrimináció a saját márkás termékeknél*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar alkalmazott közgazdaságtan alapszak II. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Berde Eva

Vezetés és szervezés, kontrolling szekció

I. díj

Lajkó Erika: *Egy új éra kapujában? Az üzleti hálózatok elmélete vállalatelméleti kontextusban*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar vezetés és szervezés mesterszak I. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Chikán Attila

II. díj

Ady Júlia: *Értékközpontú vállalatvezetés*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Dobák Miklós

Tarcsai Anita: *A Balanced Chance- and Risk-Card módszer alkalmazhatósága a kockázatkezelésben*

A szerző a Gazdálkodástudományi Kar gazdálkodási és menedzsment alapszak III. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Tirnitcz Tamás

Világgazdasági és Európa szekció

I. díj

Bálint Tamás: *Környezetpolitika és érdekcsoportok*

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Szent-Iványi Balázs

II. díj

Heisz Máté: *The British Euro in the Light of the Crisis*

A szerző a Társadalomtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Benczes István

III. díj

Takács Emese Zsuzsanna: A mediterrán térség a nemzetközi migrációban – lehetőségek, problémák, buktatók

A szerző a Közgazdaságtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatója.

Konzulens: Simai Mihály

Különdíj

Andzsans-Balogh Kornél – Nagy Gábor: A földgáz az Európai Unió és Magyarország biztonsági rendszerében

A szerzők a Társadalomtudományi Kar nemzetközi kapcsolatok szak V. évfolyamos hallgatói.

Konzulens: Sz. Bíró Zoltán

